新闻出版总署"十五"国家重点规划图书

世纪
中国新闻学与传播学

20 SHI JI ZHONG GUO XIN WEN XUE YU CHUAN BO XUE

本书出版获伊斯顿教育基金资助

20世纪
中国新闻学与传播学

● 主编 戴元光 童 兵 金冠军

传播学卷

● 戴元光

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

20 世纪中国新闻学与传播学.传播学卷/戴元光编著.—上海:复旦大学出版社,2001.10
ISBN 7-309-02973-9

Ⅰ.2… Ⅱ.戴… Ⅲ.传播学-历史-研究-中国 Ⅳ.G210.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 060016 号

出版发行	复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 200433 86-21-65118853(发行部) 86-21-65642892(编辑部) fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com
经销	新华书店上海发行所
印刷	复旦大学印刷厂
开本	787×960 1/16
印张	17.75 插页 2
字数	290 千
版次	2001 年 10 月第一版 2001 年 10 月第一次印刷
定价	34.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

《20世纪中国新闻学与传播学》

编委会

总　序

中国是一个有五千年以上文明史的国家,两千多年前就有关于传播的概念,关于传播活动的评价,关于传播技巧与传播思想的论述。但是,正如国际著名传播学家余也鲁教授所评价的,一个有如此丰富的文化背景的民族,一直没有人在传播的理论与实践的研究方面下功夫,实在令人诧异。

20世纪是我国新闻事业发展最为迅速、影响力最大的100年。当我们立足新世纪去审视中国新闻与传播学研究所走过的风风雨雨的历程时,不仅为我国新闻与传播学研究虽历经艰难却不断前进而感慨万千,也为我国新闻与传播学学子虽遭困厄,却"操持不苟"、"日穷万卷"而自豪与骄傲。

20世纪前50年,中国的传播业是在西方传播业的影响下,在殖民文化、封建文化和资本主义文化的重压下缓慢发展的。1949年后,中国新闻与传播事业曾稳步发展,新闻与传播学研究有过很大的发展和进步。但受极左思想的影响,我国新闻传播事业与国际新闻传播业距离越来越大,尤其是中国大陆的"文革"时代,新闻与传播学研究惨遭劫难,新闻与传播事业处于停顿甚至倒退的状态。值得庆幸的是,1978年以来,中国大陆实行改革开放政策,新闻与传播事业飞速发展,新闻与传播学研究拨乱反正,逐步走向法制的轨道。

中国的新闻与传播学专门研究是从新闻传播史开始的,有近200年的历史。早在19世纪中叶,就已经出现了记述和探索中国新闻传播事业史的论文。20世纪初叶,已有关于新闻传播史研究的著作,1917年姚公鹤的《上海报纸小史》至今已有80多年的历史。1927年戈公振的《中国报学史》是1949年前影响最大的新闻传播史论著。1949年以后,中国新闻史研究进入新时代,尤其是改革开放的1978年后,新闻传播史研究成为中国新闻与传播学研究最活跃、研究队伍最大、成果最丰

富、发展最快的研究领域。据不完全统计，仅最近的20多年，中国大陆就出版了100余部新闻传播史研究专著与教材，发表了5000多篇论文。

我国的新闻传播理论研究起于近代报业出现以后。1873年，《申报》发表了《论中国京报异于外国新报》，是迄今所能见到的较早的理论研究文章。1918年蔡元培先生创立了我国第一个新闻研究机构——北京大学新闻研究会。1919年，徐宝璜撰写了我国第一部新闻传播理论著作《新闻学》。20年代后，列宁的报刊思想开始在中国传播。40年代，中国共产党开始系统研究列宁的报刊思想和新闻传播理论。总体看，1949年以前，我国的新闻传播理论研究无大的建树。1949年后到"文革"前，我国新闻传播理论研究虽有进展，但成果不多。我国大陆的现代新闻传播理论研究首先是在清理"文革"的破坏和干扰，从新闻传播理论的ABC开始的，这不能不使中国的新闻学子的心灵受到震动：有五千年文明史的泱泱大国，新闻传播理论如此之滞后。改革开放后，新闻传播理论研究逐步开展，并有实绩。80年代初就有几部理论著作先后出版，但大体上仍未摆脱"左"的影响。从80年代中期到90年代，新闻传播理论研究虽受到多方面的干扰，但研究成果已颇丰，水准不断提高。新闻传播理论研究真正取得突破性进步的，是1992年邓小平南巡讲话和中国共产党第十四次代表大会后。据不完全统计，近20年来，我国大陆先后出版各类新闻学著作、教材和普及读物达2000余种。

人的传播活动是从第一声啼哭开始的，我国的先贤圣哲们对传播的认知非常悠久且非常深刻，职业传播者也是世界上最早出现的。早在春秋战国和先秦时代，就有"揽宾客"，"养"学生，"著书本天下"之风气，但传播学在中国的出现却比西方晚半个世纪。20多年前，西方人把传播学概念传进中国大陆时，我们时"传播学"这个词还非常陌生。20多年来，传播学研究在中国经历了痛苦而漫长的过程。传播学学科地位在中国的确立，是许多学者不惧"困厄"，孜孜追求的结果。从禁区到发展为二级学科，仅跨越了20多年。20多年时间，等于中国电视从发展到初步普及加上网络传播初步发展的时间，等于一个孩童从第一声啼哭到大学毕业。但我们还是有理由欣慰：我们的书架上有100多部中国人的专（译）著，1000余篇传播学论（译）文。从1997年起，我国已有传播学的硕士点、博士点和博士后流动站。

新闻业务的研究起步较早,但研究范围较小。过去关心的主要是采写编评等实务,忽视对新闻生产、流通和消费的研究;对新闻是不是商品,新闻的功能究竟是什么,新闻媒介集团化产业化问题,也缺乏深层次研究。据不完全统计,改革开放以来,我国大陆共发表新闻业务方面的论文、论著、教材、译著、作品集等 1 800 多部(篇)。

最近几年,我国关于媒介经营管理和新闻法学的研究也有很大的发展,新闻与传播学学科、相关学科包括传播心理学、传播伦理学、舆论学、宣传学、公关与广告学的研究,这几年取得了相当可喜的成绩,并有向交叉、边缘、应用方向发展的趋势。特别应当指出的是,新闻法学研究备受关注。大陆新闻法学的研究起步于 20 世纪 80 年代。1980 年新闻学界首先提出研究新闻法的问题,1984 年,中国社科院新闻研究所成立新闻法研究室,1988 年,中国新闻法制研究中心成立。进入 90 年代,研究新闻法的论文逐渐多起来,内容涉及新闻自由、知晓权、名誉权、舆论监督等,并于 1991 年和 1993 年召开了新闻纠纷与法律责任研讨会,90 年代中期起,一些理论著作陆续出版。

20 世纪是世界新闻传播事业空前发展的一个世纪,传播媒介从单一的印刷媒介(报刊图书)发展到广播、电视、电影和网络媒介。我国的新闻传播事业虽落后于西方,但也有很大的进步,包括三个主要发展阶段,即:1949 年前印刷媒介和广播的发展,1949 年以来印刷媒介和电子媒介的发展,1978 年以来传统传媒、电子传媒和网络传媒的发展。经过这三个阶段,我国大陆的新闻传播事业与西方发达国家的差距越来越小。现在我国大陆有 1 900 多家有(无)线公共电视台,900 多家广播电台,2 000 多家报纸,8 000 多家刊物,每年生产 200 多部电影,1 000 余部电视剧。网络传播虽起步于 1995 年以后,但网民却已达到 2 000 万,而我国传播学者对网络传播的关注还较早。

综观我国新闻与传播学研究走过的百年历程,我们不能不认识到,我国新闻与传播学研究现状与国际研究水准相比,与我国近 13 亿人口相比,与我国这样一个庞大的新闻与传播市场相比,与我国初具规模的新闻与传播事业相比,与我国在国际上的地位相比,是不相称的,是应该有危机感的。

我国的传播学研究最薄弱的是基础理论研究。在基础理论研究方面,首先是缺乏对西方国家传播理论的系统梳理和研究。提到西方国家的科学技术,大概没有人否定,谈到西方的政治文化和精神文化,有

些人是否定的。不能说西方的科学技术非常先进,而政治文化和精神文化一无是处。研究西方文化也不是为了马上去实行它,而是去认识它,消化它,也包括吸收它,批判它,甚至改变它。文化的同化、被同化,文化的异化和移情是客观的和正常的,害怕西方文化是下策,增强自身的免疫能力才是要紧的,何况许多文化是人类的共同精神财富,是无国籍的。其次是学术研究环境不够宽容,干扰多。学者应当立足现有的基础,从现状去看未来,研究未来,预测未来。研究未来,预测未来,就要看到现在的不足,就要有批评精神。没有批评精神的学者不能算是真正的学者,批评(包括反批评)越多离真理越近。我国大陆现在实行的许多改革开放政策,在"文革"前和"文革"中是无法想象的,在改革开放初期也是难以想象的,但邓小平同志以伟大的政治家和思想家的胆略去实践,走出了一条新路。新闻传播也一样,80年代末,还有人批评把"广播、电视、报纸"称作"传播媒介",现在大概不会,但有些人对媒介产业、媒介市场、媒介消费、媒介兼并很敏感,提到"新闻自由"、"新闻商品属性"、"产业化"就恐惧,就过敏,好像这些是资产阶级的专利。加入WTO在即,这些问题是回避不了的,关键是我们要去研究,做前人没有做、不敢做的事情,只有这样才能使自己立于不败之地。

加强理论研究和新闻学、传播学科建设是新千年的首要任务,因为新闻学和传播学都已经成为一级学科,而对于它们的发展却不能没有系统研究;传播学的中国化研究刚刚开始;网络传播的许多问题还很模糊;加入WTO将给我们带来许多新的研究课题。

摆在我们面前的这部《20世纪中国新闻学与传播学》是十几位作者三年多时间的研究成果,是两岸三地专家学者的共同心血,是集体的智慧和劳动成果。它展示了100年来中国新闻学与传播学研究的历史与现状,勾画了它们发展的基本轮廓。

早在1995年就设想写50年(1949—2000)中国新闻学与传播学。1996年,童兵教授应邀去兰州大学讲学,在同戴元光叙旧时,共同探讨了组织专家研究100年(1901—2000)中国新闻学与传播学的问题。在认真磋商后,初步设想从七个方面研究100年来中国新闻学与传播学,即理论新闻学、新闻史学史、应用新闻学、传播学、宣传学与舆论学、公关与广告、台港澳新闻与传播学,商定了拟邀请的专家,开始筹集启动经费,并于1996年底开始启动。1998年夏,童兵教授、明安香教授、邵培仁教授、徐培汀教授、夏鼎铭教授、金冠军教授、戴元光教授等聚会上

海大学乐乎楼，就研究20世纪中国新闻学与传播学进行了讨论，并达成共识。

上海大学常务副校长方明伦教授一直关心本研究的进展，并同专家交流学术问题。著名新闻传播学专家宁树藩先生、丁淦林先生、夏鼎铭先生、彭家发先生审读了编写大纲，并提出了许多具体建议。吴小美先生、樊凡先生、魏永征先生、刘树田先生、朱敏彦先生、孙旭培先生、曹家麟先生、张国良先生、霍红辉先生、徐维杰先生、陈力丹先生、李良荣先生、丁柏铨先生，为本书的编写提供了许多具体的帮助。复旦大学出版社为本书的出版做了大量的工作。许多专家学者为本书的编写出谋划策，并一直关心本书的编写进度。在此，一并表示衷心的感谢。

20世纪已经过去，21世纪的曙光已沐浴大地。新闻与传播学学子已登上新世纪的航船！

编委会

2001年1月1日

内容提要

人类对传播的认知是随着实践而加深的。人们对传播规律的系统认识和开始把握是在20世纪。传播学产生于西方，20世纪70年代传至中国。经过20多年众多学者的求索，传播学终于在中国成长起来。

本书从中国人对传播的认知到对传播学理论的探索作了系统的扫描，重点勾勒了20世纪的100年来中国传播学者在自己追索的领域操持不苟的学术精神，展示了他们的学术成果。

目 录

上编 中国人的传播观念与实践

中编 传播学理论在中国的早期传播及命运

下编　传播学研究的深入与波折

上　编

中国人的传播观念与实践

第一章

秦汉及之前中国人的传播思想

著名传播学专家余也鲁先生(Timothy Yu)在《传媒・信息与人:传学概论》①一书的代序中说,中国人向来把衣着、饮食与居屋列为人生三大需要。后来科技进步,交通频繁,"行"也成了生活必须,与衣、食、住并提。表面看去,好像中国人并不看重个人与社会生活中不可缺少的传的需要。传的活动无处不有,传的行为与生俱来:我们用啼哭开始一生,以停止说话、传意终止生命,其间几十年,几乎全用在传的活动上。即令在沉默时,脑中有自我对话;在睡眠中,梦境里传的热闹,也不亚于清醒时。传的活动像空气,无所不在;也像空气,太普遍了反而未能有意识地觉得它的重要。中国人是一个十分懂得传的民族,可能觉得传的行为太容易,又十分普遍,因而一直没有把"传"当成人生一大需要来看待。其实不然,中国人不只看重衣着,而且看重衣着的无声的传的作用。随便举一个例子,《论语》中宪问:"微管仲,吾其被发左衽矣。"②衣着之衿一般向右,夷狄之人则向左。衣着不仅蔽体保暖,还有认同文化的作用。中国人不只注重食的艺术,也看重食物的无声的传的作用。随便引一个例子来说明。商代,周武伐商,伯夷、叔齐劝他不可轻举妄动,但周武未听,灭商。二人以食周粟为耻,宁可隐居首阳山,采薇而食,以至饿死。可见吃东西或不吃一样东西,都赋予了道德的意义,传递一种情操。中国人对居屋在无声的传的方面的作用的重视不亚于衣着和饮食。建筑物本身就是一种无声的文化的语言。《礼记・

---

① Men, Women, Messages, and Media: Understanding Human Communication» by Wilbur Schramm and Willamm E. Porter HARPER & ROW, PUBLISHERS, New York 1973

② 《论语・宪问第十四》。

礼曲下》云："君子将营宫室，宗庙为先，厩库为次，居室为后。"建筑的先后传递了一种价值观。《周易·系辞》云："上古穴居而野处。"古人早已把居住的情况作为说明、作为衡量文明的程度。中国人也十分注重有形与有声的传的行为。《论语》开头的第一句便说："学而时习之，不亦说乎，有朋自远方来，不亦乐乎。"上句讲知识的学习，是人的基本传的行为，下句话讲的是知识的取得，是人际传通的活动。就在《论语》同一篇《学而》篇中，提出"三省"之说，"曾子曰'吾日三省吾身'，为人谋而不忠乎？与朋友交而不信乎？传不习乎？"[1]这些不只要求人应对自己的传的行为加以检讨，还为这三大基本的传的行为定下了检讨的标准：为人谋是思想的实践，要忠；交朋友是人际沟通，要信；从老师那里得来的知识与经验，要有恒的温习。总之，传的行为包括衣、食、住、行，还包括"育"与"乐"。

美国著名传播学大师施拉姆（Wilbur Schramm）在他的《Men, Women, Messages, and Media — Understanding Human Communication》一书中指出：一个有如此丰富文化背景的民族，一直没有人在传的理论与实践的研究方面下功夫，实在教人诧异。如前所述，也许传的行为太普遍，反而没有引起大家的注意。但中国人数千年有记录的历史中，已经反映出中国人已经历了一切人的传通经验和实践，虽然并没有一本阐述他们如何传播的教科书，也没有受过传的专门训练，但运用媒体，进行说服，其匠心独特与娴熟的程度"教许多精研传播的西方人都惊异不置"。因此，施拉姆教授指出："我们在西方的文化背景中学习科学研究方法与理论的人，看见中国长春的文化和她悠久的传的艺术传统，总免不了会肃然起敬。我们常想，中国人那种深邃的智慧与洞达，要是有一天能用来帮助西方人多了解自己的工艺知识，增深我们在实践方面的体会，该是多么好的事情。"[2]

有了人便有了历史，有了人，便有了传授经验、交流思想的需要。同时，传播便成为历史上一部分人支配另一部分人的最重要方法，或者对权力的支配，或者对思想的支配。尽管，在人类历史源头，人们对传

---

① 《论语·学而》。
② 《Men, Women, Messages, and Media: Understanding Human Communication》 by Wilbur Schramm and William E. Porter HARPER & ROW, PUBLISHERS, New York 1982

播的认识还很模糊。但甚至最原始的人，也懂得设法显示自己和别人的不一样，希望别人承认自己、服从自己，并最终取得某种支配权力——使人服从，有号召力。

第一节　传播活动的孩提时代

传播发端于人类的第一声啼哭。中国古代传播活动有文字记载的是上古。上古时期结绳而治，太皓（传说中东夷族首领）"始画八卦、造书契，以代结绳之政"。仓颉造字，可以说是古代传播与宣传教育产生的雏形。

距今七八千年到五六千年，虽是我国文明史的前奏，但当时的母系氏族公社已普遍发展和繁荣，已有较为发达的以农业为主的多种经济活动，人口众多、规模较大的村落在黄河中下游和长江中下游已不是少数。由于人口相对集中，生产力得到了发展，原始的手工业相应出现。它的最强有力的证明是生产工具的制作技术有了长足的进步，并且表现了惊人的艺术创造力，随后便出现了制作精致的装饰品。值得注意的是，少数人拥有较多的绿松石制成的珠坠、石环、陶环以及玉璜、玉块、珠等物，这是身份的象征——显示权力和财富。而有的村落则悬挂其琢磨精致的饰物，以吸引别的村落那些身强力壮、手脚灵活的成员，以及年轻美貌的女性。这恐怕是我国最早吸引人才的宣传了。至于当时在河海岸边出现的雕刻的鱼的字符——显示河鱼可食，在丛林边设立的猛兽的图像——表示危险和猎区，路边的石障——表示不通，大概已是较为普遍的传播方法。

父系社会生产力得到了迅速的发展，这是人类所经历的最激烈的革命之一。在父系社会里，直接的权力象征是死后的随葬风气。以生产工具、生活用具、装饰品以及其他象征财富和权势的器物用于随葬，就更为普遍。而在同一墓地群，有的随葬品异常丰富，有的则寥寥无几，乃至一无所有，恐怕不是偶然的。至少，一方面反映了当时贫富分化的现象；另一方面以随葬品的多少来明确身份，象征权力，显示权威则是毫无疑问的。如大汶口少数大型墓坑长三四米，宽二三米，坑内围

置和铺垫木材作棺椁，有的棺椁底涂朱抹红，随葬物多达一百七八十件，包括精美的彩陶，乌黑发亮的黑陶，洁白的白陶，以及其他磨制精细的石、骨工具和装饰品，甚至有雕花的骨梳和象牙筒。南京北阴阳营一座墓葬随葬的玉璜、玉玦、玉管、玉坠等达30多件。这些事实表明，在生产力还很落后的情况下，以随葬品的多少向社会和原始人显示地位的传播手段是多么奢侈。

父系氏族公社确立后，父权家长制家庭成为社会的细胞和最基本的生产活动组织，使私有制不断发展，贫富不均的现象日益严重，从而直接导致了野蛮时代的结束，文明时代逐步进入门槛，以权力为中心的部落群体逐步扩大。为维护部落的团结和稳定，特别是加强部落间的联系和协作，出现了作为宣传偶像和统一力量、维护统治的部落首领。据《左传》载："少皞氏有四叔，曰重，曰该，曰修，曰熙，实能金木及水，使重为勾芒，该为蓐收，修及熙为玄冥，世不失职，遂济穷桑。"[1]这说明，在古代传说里，少皞氏（传说中古代东夷族首领，亦作少昊，以鸟为图腾，以鸟名作官）的嬴姓部落里，有四个部落群，重以改制农具为主，称为勾芒，被奉为"木正"；该以金属加工为主，称之为"蓐收"，为"金正"；修、熙以治洪水为主，扩大了对卑湿沃野的垦辟，称之为"玄冥"，奉为"水正"。其后，少皞氏正是通过宣传四叔，通过对"木正"、"金正"和"水正"的崇拜，创造了东方地区的发达经济和文化。而《国语》中记载的"烈山氏"、"共工氏"部落在叫柱的首领领导下，开荒种地，被后人奉为谷物之神——稷，土地之神——社，这些部落首领正是通过宣传社稷两神作为偶像，号召部落成员紧密团结，发展生产，防治洪水。

部落增多，部落内人口增加，住得日益稠集的居民，对内对外都不得不团结起来。部落的结盟，成为重要的问题。人们便创造了许多传说中的英雄人物，以增强亲和力。司马迁本着"盖疑传疑，盖其慎也"的原则，编写了五帝本纪，显示了"五帝时代"。直至今天，我们还利用三皇五帝作宣传偶像，号召人民团结。

由此可见，树立英雄人物，创造偶像是古代各部落首领融合部落成员并维护一个民族共同领土的最有效传播手段。

在古代，传播迷信一方面是人们的愚昧无知，无法解释许多自然现象和社会现象的直接结果，另一方面则是部落首领和封建统治阶级为

[1] 《左传》。

维护自身的利益而创造的宣传手段。它既有动员众多黎民进行反抗斗争的积极一面，又有维护反动统治愚弄人民的一面。例如颛顼时代(部落首领，居于今河南)，"命南正重(人名)司天以属神，命火正黎司以属民，使复旧常，无相侵渎，是谓绝地天通。"[①]这里所谓"南正重"就是善于观察天象、通晓巫术的巫师之类的人物，拥有表达天命、显示神灵的特权，从而控制广大黎民群众的灵魂。广大黎民不得亵渎神事，只能任其摆布，专心于劳作，屈服于统治阶级的权威。

夏商奴隶社会的传播没有突破维护统治阶级权力的范围，却更深地在人们心灵上烙上了王权的印迹，尽管夏已标志着我国正式进入文明时代。当时传播的最大特点是利用历史传说，创造了一个个英雄故事。这些英雄都是部落首领，被奉为黎民的救世主，后来的王权也被奉若神灵，以奉天命自居，一旦有人反对，便"恭行天明，剿绝其命"。最能说明问题的就是禹死后，其子启继位，由于传统的"禅让"观念的原因，有人借此与启争夺王位，别的同姓诸侯也起兵反对。启亲领大军讨伐，声称起兵者犯了"威侮五行，怠弃三正"的罪行，起兵者终被剿灭。由此可见，古代王者宣传宗教迷信的可怕威力。

可是夏王朝的衰灭与统治阶级的欺骗宣传不无关系。夏王朝到了帝孔甲时，开始转入后期。《史记·夏本纪》记载："帝孔甲立，好方鬼神，事淫乱。夏后氏德衰，诸侯畔之。"[②]春秋晋太史蔡墨列举孔甲有"扰(训)龙"、"食龙"等事，说明孔甲玩弄鬼神概念欺骗群众，而且大肆淫乱，从而激起了群众的反抗斗争。

商朝的最大特点是国家机器较为完备，体制健全，而宗教则是国家机器的重要部分，专事宗教职能的巫在商代是政治上的一种重要力量，如太戊时的巫咸"治王家"，祖乙时的"巫贤任职"。当时的宗教虽是管神事的，但一切民事都被涂上了神事的色彩，以巫为首，有宗、卜、史等专职人员，组成了相当庞大的巫职机构，甚至连科学文化教育、训民(宣传)也都披上了迷信的外衣。直到后来出现太史、内史、御史等职才使国家军事、政务、教育等脱离巫的附庸。

西周的奴隶主贵族凭借着强大的政治力量和经济力量，对奴隶和广大人民群众进行敲骨吸髓的剥削和残酷的暴力统治，形成了极其深

---

① 《左传》。

② 《史记·夏本纪》。

刻而又尖锐的阶级对立。奴隶主出入车辇，列鼎而食，日夜宴欢，人民则无衣无褐。但人民已不是夏商的"黎民"，他们对奴隶主贵族的残酷压榨，怀着深刻的仇恨，经常发出强烈的反抗呼喊。"硕鼠硕鼠，无食我黍！三岁贯女，莫我肯顾。逝将去女，适彼乐土。乐土乐土，爰得我所？"[①]既是对寄生虫的深刻揭露，又是向广大奴隶发出的摆脱控制、寻找理想乐土的号召，虽然这不过是一种幻想。

流传下来的许多资料表明，西周时期人民反抗奴隶主压迫的斗争是多方面的，其中为数不少的民歌、歌谣和故事，内容多揭露奴隶社会的腐朽没落，号召人民起来反抗统治者。这不仅表现奴隶们要展开斗争的坚强意志，甚至表现出人民在传播希望中的新的生产关系，同时，也表现了为使传播生动、形象和有趣，已经懂得在传播中使用譬喻手段。

我国有5 000多年的文明史，演讲作为传播的重要形式，最早使用，也运用得较为普遍。它起源于以生产劳动为主体的社会生活，而演讲者又多是当时的领袖人物、部落首领。有文献记载，传说中的三皇五帝就是最早的演讲家。到了商代，演讲在社会上得到了较多的运用和发展。我国古代第一部论说文和记叙文总集《尚书》中收录的大多是虞夏和周的誓词、政府的文告、贵族的告诫之词，有的是文字宣传材料，有的是口头演讲材料。如《汤誓》、《甘誓》，就是政府对群众的训告之词，是毫无疑问的"宣传材料"；《高宗肜（日）》、《无逸》是群众的规劝和言悦之词，是下告上的；《百夷》是同僚之间的互勉词，而《盘庚》则是最早的最典型的宣讲演说词。盘庚是商朝的中兴之主，是较为开明的，他面对"荡析离居，罔有定极"，人民怨苦、统治不稳的严重局面，决定把国家的都城迁到殷，用以削弱贵族势力，巩固王朝政权。可是盘庚的迁都决策遭到反对，他不为怨者而改其度，意志非常坚决，对贵族和奴隶先后发表三次演讲。第一篇是迁殷决策之初发表的劝告演讲，第二篇是迁殷之前发表的动员演讲，第三篇是迁殷后发表的安定演讲，内容极为丰富，说理有力，而且运用了当时朴素的方言和修饰技巧，感情充沛，言辞尖锐，比喻生动。如他告诫臣下要服从他的命令，用了"若网在纲，有条而不紊，若农服田力穑，乃亦有秋"。他告诫贵族和臣下不要煽动民心来反对迁都，把散布流言比作"若火之燎于原，不可向迩，其犹可

---

① 《诗经·国风》。

扑灭？”①盘庚的出色演讲终于说服了臣民，实现了迁都计划。

第二节　先秦两汉的传播

把春秋战国和先秦两汉作为我国古代传播理论大为发展、传播活动最为频繁的鼎盛时期是毫不过分的。这时期，不仅有一大批伟大的思想家、哲学家、军事家，同时有一批杰出的宣传鼓动家。他们的宣传活动不仅为建立我国的传播学提供了宝贵而丰富的资料，同时对于建立闻名于世的中华文化起过重大的作用。因此，这时期是不容忽视的时期，并且是以宣传为主的传播活动。

一、传播的社会条件

春秋时代是我国由奴隶制社会向封建社会转变的阶段，促成这一社会变革的物质因素是社会生产力的发展和经济条件的明显改善。然而，最重要的社会现实是列国争霸的战争。据《春秋》载，在 242 年间，列国进行的战争共 483 次。当时，摆在人们面前的有几个重大社会问题。

(1) 在旧的社会制度崩溃之后，怎样建立新的政治制度和法制来适应新的社会要求；

(2) 怎样研究那个时代的生产知识和技术经验，并且促成它得到进一步的发展；

(3) 怎样结束列国的纷争，谋求统一的局面。

面对这些问题，新兴的知识分子“士”阶层自觉不自觉地围绕着这几个大课题进行思考，提出了许许多多的解答方案，设计出一些理想社会的蓝图，涌现出众多的哲学家、政治家、法学家、军事家、外交家、科学家和文艺家。他们著书立传，论道讲学，辨疑解难，纵横游说，形成了中国历史上灿烂辉煌的“百家争鸣”时代。例如，在哲学和政治思想方面，有儒家所提出的“仁政”，墨家所提出的“兼爱”，道家所提出的“无为而

---

① 《尚书·盘庚》。

治"、法家所提出的"法治";在军事方面,有孙膑的《孙子兵法》,吴起的《兵法》和李悝的《法经》;在外交方面,有苏秦的"合纵",张仪的"连横",晏婴的雄辩;在科学上,墨家、阴阳家作了一些研究,天文历数等方面有很大进步;在文艺方面,有楚辞、历史散文和诸子散文等。这种百家争鸣的局面,为传播的兴起提供了广阔的社会背景,并且产生了向民众传播思想认识和学术见解的学术演讲。孔子、孟子、荀子、庄子、墨子、商鞅等都是著名的宣传鼓动家。这些宣传鼓动家开展了强有力的政治攻势——宣传攻势。

开展宣传攻势,首先在各诸侯国出现了"揽宾客"、"养"学生的风气。"魏有信陵君,楚有春申君,赵有平原君,齐有孟尝君,皆下士喜宾客以相倾。吕不韦以秦之强,羞不如,亦招致士,厚遇之,至食客三千人。是时诸侯多辩士,为荀卿之徒,著书布天下。吕不韦乃使其客人人著所闻集论,号曰《吕氏春秋》。"[1]所谓辩士,就是当时的"驰说者",即宣传鼓动家。他们虽然代表了各个不同集团和不同阶层,各执一端,众说纷纭,但都是为了通过传播达到某种政治目的,都是在极力地传播自己的学术思想和主张。《汉书》载:"诸子十家,其可观者九家而已。皆起于王道既微,诸侯力政,时君世主,好恶殊方,时以九家之术蜂起并作,各引一端,崇其所善,以此驰说,取合诸侯。其言虽殊,辟犹水火,相灭亦相生也。仁之与义,敬之与和,相反而皆相成也。……舍短取长,则可以通万方之略矣。"[2]这段话正是当时宣传活动的真实写照和概括,也是宣传活动的政治背景。

春秋战国时期传播活动如此频繁和兴盛,与当时的经济条件也是分不开的。"游说"是春秋战国时期传播的重要方式,而当时较为发达的交通则为传播活动提供了十分便利的条件。据史载,战国时,长江、淮水、黄河已经通航,南北大水互通舟楫,甚至可外通海上。陆地交道因战争频繁和商品经济的发展的缘故,更为发达。许多诸侯都筑有大"小"的车道,宣传家们赖以周游列国。《战国策》载,孟子"后车数十乘,从者数百人,以传食于诸侯"。田骈一个人,"赀养千种,徒百人。"[3]

商品经济的发展和繁荣为传播活动提供了基础。春秋时期,生产

---

① 《吕氏春秋》。
② 《汉书》。
③ 《战国策》。

工具和生产技术的发展及商人的大批出现，精致的手工业空前增多，如"郑之刀，宋之斤，鲁之削，吴粤之剑"都是当时很有名气的精细手工产品，其他如煮盐、冶铁、漆器、青铜器、陶器、玉雕、短剑、铜镜等都是技艺很高的工艺品。为适应工商业发展的形势，不少国君制定了"通商惠工"、"清关易道"、"通商宽农"的政策；有的还互相签约"毋忘宾旅"等同贸易有关的条约。商品经济发展了，但商品交换不可能是纯经济的活动，它必然伴随着十分复杂的思想活动、传播活动。《史记》载："通邑大都，酤一岁千酿，醯酱千瓨，浆（酱）千甔，屠牛羊彘千皮，贩谷粜千钟，薪槁千车，船长千丈，木千章，竹竿万个，其轺车百乘，牛车千辆，木器髤千枚，铜器千钧……"[①]种类之多，数量之大，显然是为了贸易。为贸易，商人们从列肆贩卖、囤积居奇到"周游天下"，在进行"贳贷行贾遍郡国"的远程贸易中，需配合必要的传播，以传递新闻、知识和商品信息。有人专事商品宣传，有人既是政治宣传鼓动家，又是商贾。至于诸子四处奔走，"游说"八方，启迪和鼓吹商人的贸易活动，则是专职的传播者。所以墨子说："商人之四方，市贾信徙，虽有关梁之难，盗贼之危，必为之。今士坐而言义，无关梁之难，盗贼之危，此为信徙，不可胜计，然而不为，则士之计利，不若商人之察也。"[②]商人的贸易活动如果没有人进行某种传播，是多么艰难和危险！

春秋战国时期，传播工具已有了很大发展。特别是新型书写材料的出现，使文字同"游说"能互为补充，增强了传播效果。早在商代，我国就开始用竹简和木片作为书写材料，虽保存时间较长，却有携带不便的缺点。春秋时期，出现了新型的书写材料——帛，质地软，能写能画，携带方便。虽然帛的成本较贵，产量较低，在当时还不能完全取代竹简，但至少使简策和帛书可以同时使用。

"私学"的产生和繁荣促进了传播活动的开展。春秋之前，办学的权利掌握在奴隶主手中，学校也一律是"官学"。随着经济的发展，"官学"日趋没落，形成了"天子失官，学在四夷"的局面。特别是孔子大力倡导民间办教育，推广私人讲学，对打破"学在官府"起到了很大作用。而孔子提出的"有教无类"的主张则破除了等级、地域和种族的界限，接收贵人、贱人和农家子弟入学，促成了学术下移、庶人议论政治的风气。

---

① 《史记》。
② 《墨子·贵义》。

同时，由于倡导私人办学，出现了专职的教师。他们自编教材，因人施教，先生弥众，弟子弥丰，对学生进行演讲。这些教师作为知识分子，对时局颇为敏感，同时也就担负起对诸侯王进行宣传的责任，他们本身就是出色的宣传家。私学培养出来的学生分散到各地去当官或执教，又成了一批专职或兼职的宣传员。如孟子"从者数百人"，田骈有徒百人，孔子死后，有七十二弟子。这些人游说诸侯，如无冕之王。

二、口头、文字、图像传播并举

到了春秋时代，"结绳而治"的时代早已结束，代之而起的是生动活泼的传播技术，即文字、图像和演说。虽然刻记符号、音响标志等手段还很通行。

演讲术在春秋时代已经较为成熟，甚至同现代演说不差上下。"游说列国，说而不休"，在春秋时代是最为突出的。如孔子周游列国时，"日夜不休"，或大树之下，或杏坛之上，无时不讲，无处不讲。一部《论语》，用了四百余"子曰"，辗转传述，就是孔子游说的见证。孟子则"后车数十乘，从者数百人"，成群结队，阵势壮观。至于办教育，更是利用讲坛进行传播的好方法。

虽然有了人，有了人的历史，口头传播便产生了，但只有春秋时期，口头传播才是真正的艺术。说话之术在当时是一门学问，并且已开始研究传播效果。例如，荀子提出了"谈说之术"："矜庄以莅之，端诚以处之，坚强以持之，譬称以喻之，分别以明之，欣驩、芬芗以送之，宝之，珍之，贵之，神之；如是，则说常无不受。虽不说人，人莫不贵。夫是之谓为能贵其所贵。"[1]在这里，荀子提出了口头传播的七条要求：严肃庄敬，端正诚恳，反复耐心，形象比喻，分析说理，热情和气，充满信心。这是春秋时期口头传播的经验结晶。

先秦诸子很注重用善变的口才影响和征服听众。墨子在评论自己的口才时说："吾言足用矣，舍言革思者，是犹舍获而攈粟也。以其言非吾言者，是犹以卵投石也，尽天下之卵，其石犹是也，不可毁也。"[2]而他能阻止鲁阳文君攻郑以及折服公输盘而阻止楚攻宋，靠的就是他的口

---

① 《荀子·非相》。
② 《墨子·贵义》。

才。宋钘、尹文则"周行天下，上说下教。虽天下不取，强聒而不舍者也"[1]。田骈善言谈，"号天口骈"；驺衍尽言天事，故齐人曰"谈天衍"；驺奭饰若雕镂龙文，故曰"雕龙奭"[2]。

有记录传播（文字传播）在春秋时期已经较为普遍，特别是对于专事学问的诸子来说，是相当重视的。因为文字能够保留、转传和扩散，正如《荀子》载："五帝之外无传人，非无贤人也，久故也；五帝之中无传政，非无善政也，久故也。禹、汤有传政而不若周之察也，非无善政也，久故也。传者久则论略，近则论详。"[3]古代许多有用的东西失传了，根本原因是口传不经久。诸子主张"雕琢其章"，"纲纪四方"主要是为了传之后世。"恐后世子孙不能知也，故书之竹帛，传遗后世子孙。咸恐其腐蠹绝灭，后世子孙不得而记，故琢之盘盂、镂之金石以重之。"所以春秋诸子"各著书言治乱之事，以干世主。"据载《中庸》一书相传系由子思"笔之于书，以授孟子"。纵横家苏秦、张仪处于贫困时，就"佣力写书"，每当遇见《坟》、《典》，行途无所题记，以墨书掌及股里，夜还而写之，折竹为简，二人每假食于路，剥树皮编以为书帙，以盛天下良书[4]。

记录文字的使用首先应归功于文字的发明者仓颉 据说皇帝派仓颉造了字，与文字同时产生的是书写办法和书写工具。文字最先是刻在石头上、木头上、骨头上、龟甲上、竹片上，甚至把文字烙在上述物体上。传说秦始皇朝政一次要阅几百斤重的竹简。古罗马人还发现了一种宽而软的草叶，用削好的树枝蘸着炭和染料等，在草叶上写字，历史学家们称之为"纸草"。春秋时期的中国用布帛写字，这对当时的西方来说，是望尘莫及的。

用图像作为传播手段和方法，在春秋时期已是令人赞叹的了。当时的各国诸侯和先秦诸子盛行于用图像来传播自己的学术思想和政治主张，或表政事，或告示于民，或歌功颂德，并且经久不衰。在《孔子家语》中有生动的记载："孔子观乎明堂，睹四门墉有尧、舜之容，桀纣之像，而各有善恶之状，兴废之戒焉。又有周公相成王抱之负斧扆南面以朝诸侯之图焉。"[5]书中记载虽未必全真，难免有谬漏，但仍颇为可信。

---

① 《庄子·天下》。
② 《史记·荀卿列传》。
③ 《荀子·非相》。
④ 转引自郭志坤《先秦诸子宣传思想论稿》，福建人民出版社，1985年。
⑤ 《孔子家语》。

而《韩非子》所载："故至安之世，法如朝露，纯朴不散，心无结怨，口无烦言。……豪杰不著名于图书，不录功于盘盂，记年之牒空虚。"[1]还说："君人者不轻爵禄，不易富贵，不可与救危国。故明主厉廉耻，招仁义。昔者介子推无爵禄而义随文公，不忍口腹而仁割其肌，故人主结其德，书图著其名。"[2]介子推效忠晋文公，晋文公用"图"录于庙堂，以示褒扬。这件事说明图和文字是同时使用的，并且是相当普遍的传播手段。至于《战国策》载苏子对齐王云："今宋王射天笞地，铸诸侯之像，使侍屏匽，展其臂，弹其鼻"[3]，表明当时雕塑也已经非常发达，图像盛行当不成问题。

图像在春秋盛行是不奇怪的。首先，图像早在春秋前就出现了。资料表明，原始人很早就在窑洞、穴居的地方画出图像，以致我国许多文字也都是象形文字。因为人类最早就认识到图像具有逼真、形象、感染力强、易于接受和辨认的优点。甚至在今天，图像也被认为是最形象化的传播手段而被广泛应用。

三、诸子传播思想概述

春秋乃至先秦两汉，传播活动如此频繁和活跃，除了政治背景、经济条件外，成熟的传播思想也是一个重要原因。这些传播思想主要体现在先秦诸子的传播理论和传播实践中。

首先，先秦诸子理论上强调"信"，实践中注重"实"。他们认为，信义是做事的根本，"国之宝也"，"言之端也，善之主也"。孔子把"信"作为王政之本，认为民信之比"足兵"、"足食"更为重要。因为民无信不立。老子认为，"言善信，政善治"。孟子也认为："言语必信，非以正行也"；商鞅把"信"看成是治国的三要素之一。他说："国之所以治者三：一曰法；二曰信；三曰权。"[4]他在传播变法时，初"惧民不信"；吕不韦既把"信"看成是宣传教育的重要法则和人类道德标准，同时又把"信"视为一切事物的本性。他专门编撰了"贵信"篇，指出"天地之大，四时之化，而犹不能以不信成物，又况乎人事？"[5]在吕不韦看来，万物之所以

---

① 《韩非子·大体第二十九》。
② 《韩非子·用人第二十七》。
③ 《战国策》。
④ 《商君书·修权》。
⑤ 《吕氏春秋·贵信》。

成存，是因为"信"的原因，人当然不能不讲"信"。

古人对"信"的解释同今人几乎相差无几，或者说今天对"信"的解释是从古人那里来的。"信"反映在人的言谈之中，主要是指要诚实、可靠。而一旦做到"至诚"，就会使人感动，达到好的传播效果。正如孟子所说："至诚而不动者，未之有也；不诚，未有能动者也。"[①]荀子反复强调"诚"是能"化万物"、"化万民"的"政事之本"，"诚心行义则理，理则明，明则能变矣。""天地为大矣，不诚则不能化万物；圣人为知矣，不诚则不能化万民。"[②]"信"在人的言谈中除了指要诚实外，还指实事求是，即传播的真实性和客观性，让听者置信，而不是将信将疑，这就要求传播者客观介绍，不夸大其辞，以"信"为本，而扬言者寡信。"信"在人的行为中，主要是言行一致，有诺必行，"轻诺必寡信"，"许之不予，不可谓信。"

当然，先秦的信和实是离不开当时社会发展水平的。在科学技术极为不发达的时代，信和实既有深奥莫测的神秘色彩，又有鬼神等封建迷信色彩。人们在愚昧无知的状况下，受到虚假的欺骗是不可避免的，但也并非"无实可言"，只是极难达到"实之求"罢了。

另外，对信和实的具体要求也是不断变化和逐步提高的。由于社会的不断发展，人类的智力得到了开发，促使人们不断提出"信"的新标准，而在传播活动中，便越来越注重使用事实。对鬼神进行传播，在远古是普遍的，在春秋战国也是盛行的。但对于文化层次较高的人来说，其效果已大为减弱，而多转向对人和事的传播。这就要求传播者去除虚假和愚昧无知，进行逼真如实的表达，使名实相符，"制名以指实"，"以名举实"，"形名参验"。如韩非子坚持认为必须"循名实而定是非，应参验而审言辞"；公孙龙主张"审其名实，慎其所谓"。可见用事实说话，我国古来有之。古人主张用事实说话主要是主张"举实"，如荀子提倡宣传者"知之曰知之，不知曰不知，内不自以诬，外不自以欺。"[③]墨子主张用"耳目之实"来感人。他认为，"天下之所以察知有与无之道者，必以众之耳目之实知有与亡为仪者也。请惑闻之见之，则必以为有；莫

① 《孟子·离娄上》。
② 《荀子·不苟》。
③ 《荀子·儒效》。

闻莫见，则必以为无。”①即用“耳目之实”讲话，而不能捕风捉影；尽量“举物示之”，而不能空口无凭。

先秦人提倡以实传播，是指实事求是、用事实说话，但并非不能渲染和发挥。“求实”不排斥“装饰”和“发挥”，但发挥必须以事实为根据，讲实饰。“说者成伍，烦言饰辞，而无实用”，“谣言、虚言、妄言和微妙之言”都是“荣华之言”，也就是“虚饰”，虚饰如同秦伯嫁女、“楚人鬻珠”。吕不韦认为“天下之学者”“多辩言利辞，倒不求其实。务以相毁，以胜为故。”②又说：“使名丧者，淫说也。说淫则可不可而然不然，是不是而非不非。”意思是说，名不副实的原因是夸夸其谈造成的。因此，吕不韦反复强调“按实审名”、“督名审实”。诸子主张对“实”可以适当的发挥，但又反对过分的“文饰”，提倡在事实范围内合理推论和逻辑思维。

先秦诸子非常强调言传身教、诲人不倦。孔子说：“其身正，不令而行；其身不正，虽令不从。”墨子则认为：“君子之所履，小人之所视，以言教者讼，以身教者从。”吕不韦提出：“必先自论”，因为“欲胜人者，必先自胜，欲论人者必先自论，欲知人者必先自知。”因而，“善响者不于响于声，善影者不于影于形，为天下者不于天下于身。”③这里说的自论、自知、自表，即自我先懂，自我先胜，声善影响才善，行正影才正，身正才天下治。

先秦诸子讲言传身教不但要求传播者让别人做到的自己先做到，同时非常讲究说服艺术，提出了“譬、侔、援（类比推理）、推（归纳和演绎推理）”的辩术，其中最多的是提倡“譬喻”，即“分别以喻之，譬称以明之”。《说苑》中有对譬的描写：惠施在没有运用譬称时，梁王不能理解“弹”，后来惠施用譬即用以竹为弦的“弓”的形状比喻“弹”，梁王就清楚了。惠施以其所知喻其所不知而使人知之的方法，说明譬喻对传播者来说至关重要。先秦诸子为传播自己的学说，大都喜欢巧譬妙喻，旁征博引，触类旁通。公孙龙说：“疾名实之散乱……假物取譬。”荀子说：“辩其谈说，明其譬称。”孔子非常善于运用比喻或实物作为传播材料，他用流水比喻万物生长不息的原理，用松柏晓喻节操，用“北辰”譬德政，用草上之风喻君子之法，用大车之“輗”小车之“軏”喻信义。韩非子

---

① 《墨子》。
② 《吕氏春秋·正名》。
③ 《吕氏春秋·先己》。

也善于应用生活中习见的事物来比喻，即以吃饭穿衣喻理，以走路喻理，以驾车喻理。韩非子认为“绳直而枉木斫，准夷而高科削，权衡县而重益轻，斗石设而多益少。”[①]韩非子一连用四种工具比喻，形象生动，尽相穷形，灼然可见。

孔子还非常注重强调启发传播对象的学习积极性和独立思考能力，他主张“不愤不启，不悱不发。”传播中尽量做到“举一反三”，融会贯通，“能近取譬”。他也非常注重学与思的关系，认为“学而不思则罔，思而不学则殆。”传播中要“因人施教”，即“中人以上，可语上也；中人以下，不可以语以上也”。

诲人不倦是诸子对传播者的一贯要求，而孔子就是诲人不倦的典型。他说：“默而识之，学而不厌，诲人不倦，何有于我哉？”又说：“若圣与仁，则吾岂敢？抑为之不厌，诲人不倦，则可谓云尔已矣。”[②]孔子不但提出了许多诲人不倦的理论，也有自己的实践，他的弟子传说有三千，成名者七十有二，难怪颜渊深有体会地认为，如果没有孔子那种“循循然善诱人”的精神，他是不可能达到欲罢不能的地步的。孔子不仅理论上强调“诲人不倦”，而且实践上他也是忠实的实行者。他生在春秋晚期，处于社会大变革时代，和学生一起风尘仆仆地到列国游说，传播他的“仁政”、“礼治”的主张。55岁时，还到卫国向卫灵公鼓吹“周公之礼”，63岁时到楚国游说。他在列国辗转10余年，到处碰壁，其境遇正如司马迁所说：“斥乎齐，逐乎宋、卫，困于陈、蔡之间。”[③]但他没有放弃宣传游说，仍“讲诵弦歌不衰”。孔子的诲人不倦还体现在其不厌其烦，反复鼓吹，要求学习“温故而知新”，注重长期宣传效果。“学而时习之，不亦说乎？”不达到目的绝不罢休。在极其困难的情况下，他仍坚持宣传。他在周游列国时，曾粮食断绝，随行的人病得起不来，仍坚持到底。因为他认为：“岁寒，然后知松柏之后凋也。”[④]反对“虎头蛇尾”、“一暴十寒”，虽有人骂他“累累若丧家之狗”，他却不以为然地说：“谓似丧家之狗，然哉，然哉！”[⑤]

有人认为，老子是不兴教育不兴传播的“不言教”之人，其实这不是

---

① 《韩非子·有度》。
② 《论语·述而》。
③⑤ 《史记·孔子世家》。
④ 《论语·子罕》。

老子思想的真谛。《老子》五千言本身就是一本宣传教育的好书。他一生周游列国，竭力传播自己的主张。他早年作东周王朝掌管图书的官吏，有机会博览群书，中年时，曾因受到权贵们迫害，一度避难于鲁国。后被召回东周时，仍管图书。周王朝内乱时，他逃往楚国，后客死秦国。他曾对自己说："不言之教"，并作过注脚："言者不智，智者默。"即智者不随便向人们施加政令，随便施政于民是不明智的。他强调的是："以圣人恒善救人，而无弃人。恒善救物，而无弃物。"故"善人者，不善人之师。不善人者，善人资。""善者无瑕谪。""善者善之，不善者亦善之，德善。信者信之，不信者亦信之，德信。""人之不善，何弃之有？"①这些充分说明，老子一生都在追求传播教育的一种境界："善言"，就是善于传播，无懈可击，无可指摘；"善教"，不只是把不善者转变过来，而是从教育中吸取好的东西，切莫对不善者采取抛弃的态度。老子还十分强调传播要注重对人的引导，他认为"民不畏死，奈何以死惧之"。人民是不会被死吓住的，而应宣传引导，使其振奋，走上正路。

先秦诸子认为，传播是关系国家兴亡的大事，具有巨大作用。先秦诸子周游列国，多数都是为了传播自己的治国治民的主张。孔子从自己一生的传播活动中深感传播的威力，发出了"恶利口之覆邦家者"的感慨。他曾对鲁定公说："不几乎一言而兴邦"，"不几乎一言而丧邦"②。在孔子看来，传播关系国家兴亡，主要体现在三方面：一是教民归服。他认为："道之以政，齐之以刑，民免而无耻；道之以德，齐之以礼，有耻且格。"③只有加强传播，用道去诱导，用礼教去要求，奴隶才知道"犯上作乱"是可耻的，从而使他们"贫而无怨难"，"劳而不怨"，服从国家的管理。他特别认为边远地区的人不容易服从，采取宣传教育的方法可以使民归服。国家贫困时要加强教育，国家盛兴时，也要加强教育，因为"君子如欲化民成俗，其必由学乎。玉不琢，不成器；人不学，不知道。是故古之王者，建国君民，教学为先。"④二是复于善。孔子认为，人有善者不善者，在世风日下、人心不古的情况下，要使人回到善者的程度，必须提倡有教无类，不分贵贱，不分善与不善者，同宜资教，而

① 《老子·二十七章、四十九章、六十二章》。
② 《论语·子路》。
③ 《论语·为政》。
④ 《学记》。

不可以其种类庶鄙不教之，"教之则善，本无类也。"三是明于道。孔子说："朝闻道，夕死可矣。"[①]正是由于此，他四处奔走，传播自己所信仰的学说。孔子曾说过："民可使由之，不可使知之。"[②]对此，以往传统的解释是对于百姓，可以使他们干活，不可以使他们知道任何道理。这种理解不符合孔子"诲人不倦"的思想和宣传百姓、使其归服的目的。其实孔子的原意是对比较清楚的东西，让其行动；还不清楚的东西，让其明白过来。

有人也认为老子是赞同愚民政策的，其实这不符合老子的本意。他不但热心传播，同时反复强调要通过传播使人民变得心底无私，纯洁无杂，如"婴儿之未孩"那样纯朴。因此传播是净化人的思想、认识自然的好办法。可以说，这比起其先辈是更进步和解放的。老子是道学家，自然最热心的是对"道"的传播。他否认有上帝，这就大大解放了人的思想，解放了知识，对迷信色彩很浓的春秋来说，是极大的撞击，在某种程度上说，老子的传播思想里包含有为民解愚的成分。他说："天地不仁，以万物为刍狗。"[③]意思是万物生长运行是非常自然的事情，不受所谓"帝"、"天"、"鬼神"观念的支配。他反对"鬼神"和"天命"，提出"道"的思想，虽还没有打破宗教唯心主义的束缚，但多少还是扩拓了人们对自然和社会的认识。同时，在老子的传播思想里包含着丰富的朴素辩证法思想。他对许多事物的解释，是从对立统一的规律出发的，如他提到"枉—直"、"多—少"、"曲—全"、"废—兴"、"美—丑"等，都力图说明："有无相生，难易相成，长短相形，高下相盈，声音相和，前后相随"[④]的道理，指出了事物相互依存，并向着它相反方向变化的道理，即："正复为奇，善复为妖"，"祸兮福之所倚，福兮祸之所伏"[⑤]。

墨子思想的发展，同墨子潜心传播不无关系。他认为，传播什么，就等于用所传播的学问去感化传播对象，传播的目的就是教育、改造和陶冶被传播者。而要使"圣人之德，昭于天下"，必须"鼓而进于义"，因为："染于苍则苍，染于黄则黄。所入者变，其色亦变；五入必而已则为五色矣，故染不可不慎也。"[⑥]这里的染当然不仅指传播，但主要是指传

---

① 《论语·里仁》。
② 《论语·泰伯》。
③④⑤ 《老子》。
⑥ 《墨子·尚贤(中)》。

播的意思。因此墨子对传播之功能的认识是非常清楚的。他把传播当成扬善抑恶、鼓善伐恶的根本方法，同时也认识到传播不仅使"义"为当世人所知晓，也不仅可以永世相传，还可以一同天下之义，达到天下大治。所以他很注重传播的前后统一，力戒"言乱"、"荡口"和"告文非毁"，"谨言慎行"。即不说空话，注意分寸，知书达理，不诽谤。他指责告子时说："政者，口言之，身必行之。今子口言之，而身不行，是子之身乱也。"①

商鞅则把传播视为"壹赏"、"壹刑"、"壹教"的治国之教，即传播统一的奖励制度，从好的方面诱导；统一刑罚制度，采取强制办法威迫；统一理论，用说服教育的办法引导。实行三教，民众知道自己该做什么，不该做什么，时间长了，就成了一种社会风气，国家就没有什么不好治的。他认为宣传教育中，主要是以三教来提高民众的认识，达到"入使民属于农，出使民壹于战"的目的。他坚信只要三教齐鸣，就能产生巨大威力②。

孟子认为传播就是"善推其所为"，"扩而充之"，即传播好的道德风尚，可以造成强大的社会舆论。他非常崇拜舜，认为舜"闻一善言，见一善行，若决江河，沛然莫之能御也。"③孟子虽然主张性善，但是他认为，"性善性恶"、"恻隐之心"、"羞恶之心"、"恭敬之心"、"是非之心"是人人皆有的。人性善虽是固，但不是不要传播而需要靠传播教育来启发和发扬，即"心之官则思，思则得之，不思则不得也。"④他还认为，善性人皆有之，但有程度不同的差别，同时，恶的东西对人有反面影响，要消除不尽的善和恶，达到一致的"尽善"、"正人心，息邪说。"

惠施、公孙龙自古被称为"辩者"。辩者专门从事名实问题的争论和探讨，因此又称为名家。梁启超说："惠施、公孙龙皆所谓名家也。"前者"遍为万物说，说而不休"，后者"以正名实而化天下"⑤。

惠施是战国时代的宋国人，其学说在当时与儒、墨、道家齐名。他的"合同异"学说最为出名。他做过魏国的宰相，在政治上"不法先王，不是礼义"，主张"去为"和"法治"。由于其善辩，所以世人称其为"博

---

① 《墨子·公孟》。

② 商鞅把"壹赏"、"壹刑"、"壹教"称为"三教"。

③ 《孟子·尽心(下)》。

④ 《孟子·告子(上)》。

⑤ 梁启超：《墨子学案》。

学"的"辩者"。辩论是宣传的一种形式，在处于大变动的春秋战国时期，各个不同出身的思想家、宣传家，从各自的立场出发，各执一端，企图以自己的主张去拯救社会。因此百家争鸣，"贤圣不明，道德不一，天下多得一察焉以自好。"[1]惠施、公孙龙并称"辩者之囿"。惠施开展辩论的范围很大，从版图来说，足迹遍及几乎大半个中国。惠施善辩的基础是博学，他把自然万物作为认识的对象并借以进行宣传，是具"方术"的宣传家。一听人家发问，他便不加推托，看来似乎是不假思索地回答，这除说明惠施才思敏捷外，平时就对许多问题作过深思熟虑，并积累了丰富的素材。几十本史书都记载了他的事迹，但散失和疏漏也很多，估计流传下来的只是一小部分。

惠施善于用"喻"使人知之。他善于用小同异的理论来说明问题。譬喻，同类事物可比，不同类物也可以找共同点，事物总有联系的。如"狂者东走，逐者亦东走。"虽性质不一，同是东走。

公孙龙比惠施略晚，赵国人，曾是平原君的门客，他主要鼓吹"白马非马"的理论和"离坚白"之说，反对兼并战争。史称其"诡辞数万"。[2]他认为，当时太混乱，需要审其名实，以"正名实"，他的"白马非马"论点很有名气，目的是搞清概念。后人说公孙龙"白马非马"是诡辩，其实是正确的。因为"非"在古汉语中同"誓"，誓，别也。意思是白马有别于一般的马。当然公孙龙的具体分析是建立在"类"的观念上的。比如，牛羊有角，马无角，但马有尾，牛羊无尾，牛加羊非马。公孙龙是六国辩士，辩论本领很强。他以实为先，对症解疑，传播中讲究针对性。

四、先秦的传播方式

我国不但从古代起就有精深的传播理论，而且传播交流活动也非常活跃。台湾张玉发教授在他的著作《先秦的传播活动及其影响》一书中对我国早期传播与交流有独到的见解。他把当时的传播活动归纳为六种方式。

一 朝聘会盟。朝是诸子对天子的隶属关系，包括送贡物，五年一期。聘是诸子每岁必做的，三年为一大聘。天子即位，小国朝之，大国聘之，以继好结信。会是诸子相会，交流情报，盟是订立誓约或条约。

---

① 《庄子·天下》。

② 郭志坤：《先秦诸子宣传思想论稿》，福建人民出版社，1985年。

——行人。行人是古代的外交官，如孔子时代，子贡就是行人，行人又分大行人和小行人，任务是请战、讲和、求救、告事、吊丧、止战。那时有许多著名的行人，如周朝的王孙满，鲁国的臧文仲，齐国的晏平仲，晋朝的吕相，楚国的椒举，秦国的西乞术、张仪，赵国的蔺相如，吴国的王孙尚等。

——游士。孔子办私学，游说之风甚行，孔子欲行王道，东西南北七十说而无所偶，故出现卫夫欲通其道。孔子死后，弟子多散游诸侯，大为卿相，小为教士。此外，还有许多游士。吴国用游说客以称霸，越王勾践厚遇宾客得以复国。之后有吕不韦、李斯。所以有人说四君以客之功（穆公、孝公、惠公、照公）。吕不韦招名士，厚遇之，至食客三千，儒、墨、名、法、道德、阴阳、农诸家多至秦，咸阳成为文化中心，秦国的强大，与文化的传播密切相关。

——游学。学术的产生，文化的产生，具有区域性特征，其传播者除上述人物外，还有游学之人，游学之人的产生是文化的吸引力和放射力的结果。我国古代文化有雅俗之分，所以叫雅，就是王室宫廷文化，俗就是民间文化。国家文化以王室为中心，但也有如东周、西汉等朝代，王纲不振，私学便流行。孔子开私学之先河，亦是游学的创始者，许多人向他求学，所以他说："有朋自远方来，不亦乐乎？"

——商旅。我国是农业社会，农业社会的特征是自给自足，小国寡民，邻国相望，民至老死不相往来。但人欲不尽，需求无厌，很难达到自给自足的境地，便发生交易行为。农业是静态文化，商旅是动态文化，动态文化能促进民间文化的交流，增强区域文化的传播。

——战争与移民。它是区域传播的重要因素。

第三节　诸子传播思想别论

中国古代，先秦可以说是中国古代传播理论与实践最值得骄傲和弘扬的时代。那时，甚至在这之前，原始的民主思想已经出现。《夏书·五子之歌》有"民为邦本，本固邦宁"的认识，《商书·说命》中也有"后以谏则圣"之句。在《虞书》中更有"曰若稽古帝尧，曰放勋。钦明

文思安安，允恭克让，光被四表，格于上下，克明俊德，以亲九族；九族既睦，平章百姓，百姓昭明，协和万邦，黎民于变时雍。”周代的这类记载更多。如《国语》中就有召公向周厉王进谏，要他关注舆论，体恤民心，因为“民不堪命矣”，“国人莫敢言”。周厉王不听召公劝告，“于是国人莫敢出言，三年，乃流王于彘”。中国历史上第一次平民革命终于发生。

先秦诸子不仅是伟大的思想家、哲学家，还是伟大的传播理论家和传播活动家。从孔子“诲人不倦”、“讲诵弦歌不衰”，孟子“捍先王之道”，墨子“裂掌裹足，日夜不休”、“遍从人而说之”，荀子“著书布天下”，韩非子“设之于官府，而布之于百姓”，到吕不韦养食客三千，从著所闻，虽然他们都是为了传播尧、舜、禹、汤、文、武、周之道，但他们对于传播的理解和重视，他们对中国传播理论的发展和丰富，却是无法抹去的。

一、孔子的传播思想

孔子所处的时代，是春秋晚期，是社会动荡也是社会变革的时代。孔子从 30 岁开始风尘仆仆，游说各国，辗转十余年，“以述而作”，在传播“仁政”、“礼治”的学说中，体现了他那闪光的朴素的辩证传播思想。孔子虽重视君权，主张“礼治”，但却主张让群众去评论君主之道，尤其是无道之君，他说：“天下有道，则庶人不议。”

孔子首先从理论上提出了作为传播者的标准，就是“诲人不倦”，受传者应具“学而不厌”的思想。他说：“默而识之，学而不厌，诲人不倦，何有于我哉？”[①]“教不倦，仁也。”[②]孔子不仅提出了传播者“诲人不倦”，受传者“学而不厌”的思想，而且他自己就是一位“诲人不倦”的传播者。他鼓吹自己的学说，培养了大批弟子，相传他教授过的弟子有三千之众，其中成名者就有七十二位。孔子的“诲人不倦”虽然是出于他传播“仁政”、“礼治”的政治目的，但他的“不倦”却体现了传播者的“韧劲”和不懈精神。

孔子强调学是手段，“知新”是目的。他说：“学而时习之，不亦说乎？”[③]他对受传者提出“时习之”的要求，并且认为“时习之”是件愉快的事情，只有持之以恒，才能得益，得益是一种愉悦，因此，曾子曰：“吾

---

① 《论语·述而》。
② 《孟子·公孙丑（上）》。
③ 《论语·学而》。

曰三省吾身，为人谋而不忠乎？与朋友交而不信乎？传不习乎？"[1]在孔子看来，反复学习，不仅能加深印象，使学到的东西能为所用，而且能"温故而知新"[2]。只有反复学习，才能从学习到的知识里得到更多的领悟，生发更新的知识，然"可以为师矣"[3]。也就是说，受传者首先在"温故"中知新，然后才可以为师，即当传播者，也只有"知新"才能当传播者。

孔子认为传播的作用巨大，根本目的是教民"归服"。他说，"不几乎一言而兴邦"，"不几乎一言而丧邦"[4]。在孔子看来，传播是国家兴亡的事情，因此他十分重视传播的功能，强调利用传播，"克己复礼"，传播者的任务是教民"归服"。他说："道之以政，齐之以刑，民免而无耻；道之以德，齐之以礼，有耻且格。"[5]他认为对老百姓要加强传播，用道德去诱导，用礼教去整齐要求，让他们知道犯上作乱是可耻的，做到"贫而无怨难"，"劳而不怨"。他认为民不"归服"，就要教育，"玉不琢，不成器，人不学，不知道。""建国君民，教学为先。"他还认为教育传授是全民的事情，人人有受教育的权利，传授知识应该"有教无类"。

孔子十分强调传播技巧和方法。他认为："民可使由之，不可使知之。"[6]即要明明白白地教学生。老百姓知道的，就让他去做，不知道的就教给他。郭志坤先生认为孔子在传播技巧上突出表现为"笔"和"削"，重点表现为三：一是为"尊者讳"。《春秋》为孔子所修，他修《春秋》有三条原则，就是"为尊者讳，为亲者讳，为贤者讳"，就是在编书时，凡涉及尊者、亲者和贤者的过失和错误时，运用曲笔，使"乱臣贼子惧"。二是以"慎言"取信。他认为传播者既要"言"，也要"慎"，"慎言"的目的是使传播取得更大效果，而不是限制传播或取消传播。他说，"言未及之而言谓之躁，言及之而不言谓之隐，未见颜色而言谓之瞽"[7]。他还说："多闻阙疑，慎言其余，则寡尤；多见阙殆，慎行其余，则寡悔。言寡尤，行寡悔，禄在其中矣。"[8]他强调"夫人不言，言必有中"，提出"人而无信，不知其可也。大车无輗，小车无軏，其何以行之哉"[9]，"其言之不

---

① 《论语·学而》。
②③⑤⑧⑨ 《论语·为政》。
④ 《论语·子路》。
⑥ 《论语·泰伯》。
⑦ 《论语·季氏》。

作，则为之也难。”[①] 三是反复传播，“举一反三”。孔子说，“不愤不启，不悱不发，举一隅不以三隅反，则不复也”。[②]

孔子“以述为作”，但也不是单纯的“坐而论道”，他十分强调传播方法的灵活性，提倡运用形象的传播技巧，实实在在，反对“亡而为有，虚而为盈”[③]和道听而途说，做到“知之为知之，不知为不知，是知也。”[④]传播过程中，则“能近取譬”，叩其两端。在传播内容上，他则主张“述而不作”[⑤]、“思无邪”[⑥]，不说“怪、力、乱神”[⑦]，体现他强调传播内容的真实性、科学性和思想性。

春秋战国时代是社会大变革时期，孔子生活在这个时代，周游列国，传播他的政治主张，自然有他的政治目的，但孔子在传播理论上的许多独到见解至今仍不失其理论价值。

二、老子的传播思想

老子是春秋战国末年楚国人，是与孔子齐名的两大学派领袖。过去许多学者认为老子是反对传播、主张“不言之教”的，其实老子的“不言之教”是反对儒家学派一些徒子徒孙托空言、言之无物的空洞说教，他认为与其像儒家那样整天鼓吹仁、义、礼、智、信那一套，倒不如“虚其心，实其腹，弱其志，强其骨。”[⑧]

老子的“不言之教”是同他的“无为”相联系的。他所谓的“无为”其实是他认为“有为”之政给人民带来不少祸害，还不如“无为”，因此他呼吁“无为”之说，即“我无为而民自化，我好静而民自正，我无事而民自富，我无欲而民自朴。”[⑨]在暴虐的社会里，人民陷于饥寒交迫之中，反对统治者“有为”之政，呼吁“无为”之说其实是包含着积极的意义的。

老子提出“不言之教”，也包含有传播者应该善言，如他说，“智者不言，言者不智”，从字面理解是知道的人不说，说的人不知道。白居易认为这是误解了老子的原意，他反驳道：“言者不智，智者默，此语吾闻诸老君，若道老君是智者，如何自著五千言？”[⑩]就是一本肯定传播、善于

①　《论语·宪问》。
②③⑤⑦　《论语·述而》。
④⑥　《论语·为政》。
⑧　《老子·三章》。
⑨　《老子·五十七章》。
⑩　郭志坤：《先秦诸子宣传思想论稿》，福建人民出版社，1985年。

传播的“五千言”，而他的“智者不言，言者不智”的真正意思是智者要善言，不要随便说话，随便说话的人是不智的。

老子不但肯定“言”，也一生周游列国，竭力传播自己的主张。他不但一生传播自己的主张，也很善于传播。他说：“是以圣人常善救人，故无弃人；常善救物，故无弃物。”“故善人者不善人之师；不善人者善人之资。”[①]“善者吾善之，不善者吾亦善之，德善；信者吾信之，不信者吾亦信之，德信。”[②]“人之不善，何弃之有？”[③]可见，老子不仅主张传播，还十分追求传播的境界，就是“善言”。他认为“善言”不仅能把“不善者”教育成“善者”，还能挽救“不善者”，因此严复称老子“无不教”，“管夷吾得此，故能下令如流水之源，又能因祸以为福。然则老子之于政治，可谓无为而不为，其于教育，亦可谓无教而无不教也。”

郭志坤先生认为，老子关于传播的作用的思想体现在两个方面，一是“复归于道”。老子认为政权暴虐，民不聊生，“盗贼充斥”是因为“法令滋彰”。而“法令滋彰”是因为统治者“失道”所致。所以老子主张“复归于道”，“道之华而愚之始”[④]。他把“复归于道”作为他传播的目标。二是“相细明理”。老子说：“善者不辩，辩者不善。”[⑤]看起来老子是反对辩论的，其实老子是正话反说，包含很深的哲学思想，正如他以“无名”同儒家的“正名”相对立一样。在儒家看来，“名”是根本的，必须“正名分”，而老子则认为“道隐无名”，“道常无名”，他以“无名”为名，发展到“道”学。其实老子的思想正是在同儒家的激烈争辩中得到传播和发展的。

由于老子的“善言”，他的“道”学思想传播很快。郭志坤先生总结老子的“善言”，认为其特色主要有以下几点。

一是提倡传播技巧以“贵柔”。他说：“草木之生也柔脆，其死也枯槁”[⑥]，“强梁者不得其死”[⑦]。他认为最好经常处在柔弱的地位，然后转为坚强。幼苗时从柔弱中壮大，壮大了，就接近死亡。因此看似柔

---

① 《老子·二十七章》。
② 《老子·四十九章》。
③ 《老子·六十二章》。
④ 《老子·三十八章》。
⑤ 《老子·八十一章》。
⑥ 《老子·七十六章》。
⑦ 《老子·四十二章》。

脆，实际上是坚强，能够打败比它更坚强的东西。所以，他提出“方而不割”、“廉而不刿”、“直而不肆”、“光而不耀”①。

二是提倡传播内容以“贵言”。他说：“悠兮，其贵言。功成事遂，百姓皆谓：‘我自然’。”②所谓“贵言”，就是突出重点，少而精，不要滥发议论。他认为认识事物，不是从个别事物出发，而是从原则上、从根本上把握。当然，老子所说的根本就是他所主张的“道”，他认为只要把“道”的学说传播出去，让人知晓、掌握，就能“玄览”万物。

三是提倡传播风格以“贵朴”。“贵朴”就是注重事实的宣传。在《老子》中，强调“朴”的就有八处之多。“言有宗，事有君。”他说：“处其实，不居其华。”③他反对“言伪而辩”的圣、智、仁、贤的礼法观念，认为“善言无瑕谪”、“信言不美，美言不信”④。虽然老子的“信言不美，美而不信”言过其实，难失片面，但这种实事求是的精神对当时社会“巧作”之风是一大打击。

四是提倡传播中互相学习，“人人为师”。他说，“善人者不善人之师，不善人者善人之资。”⑤“人之所教，我亦教之。‘强梁者不得其死’，吾将以为教父。”⑥老子人人为师的思想表明他对传播的深刻认识。

三、墨子的传播思想

墨子是继孔子之后的又一个伟大的思想家和宣传家。他创立的墨家学派，与孔子创立的儒学并称显学。

墨子一生不但在传播理论上有独到见解，更是致力于传播活动，“默则思，言则诲，动则事”⑦。他提倡传播者主动出击，反对“坐而言义”，他认为“不强说人，人莫知也。”他发誓“遍从人而说之”⑧。为传播他的主张，“裂掌裹足，日夜不休”，因此墨子有“墨突不黔”之称。他认为，要使“圣人之德，昭于天下”，就要传播，以“使天下之为善者劝，为暴

---

① 《老子·五十八章》。
② 《老子·十七章》。
③ 《老子·三十八章》。
④ 《老子·八十一章》。
⑤ 《老子·二十七章》。
⑥ 《老子·四十二章》。
⑦ 《墨子·贵义》。
⑧ 《公孟》。

者洞。"①他说："人非道无所行，唯有强股肱，而不明于道，其困也，可立而待也。"遇到困难怎么办？就是靠传播，"有道者劝以教人"。传播不仅"明道"，而且可"传之后世"，"故书之竹帛，琢之盘盂，传以遗后世子孙。"②

墨子的时代，战争频仍，墨子主张"兼爱"、"非攻"。在传播活动中，墨子抓住反对战争这个重点，既陈述他的反战观点，同时又反对统治阶级奢侈淫乐生活，主张"非乐"、"非争"、"节用"和"节葬"的思想，既有改善下层社会成员的"尚贤"、"尚同"的主张，又有改造了的宗教思想"天志论"、"明鬼论"。他强调根据不同的人才用不同的传播方法。他认为，"譬若筑墙然，能筑者筑，能实壤者实壤，能欣者欣，然后墙成也。为义犹是也，能谈辩者谈辩，能说书者说书，能从事者从事，然后义事成也。"③

墨子针对当时社会书写材料极不普及，民间仍以口头传播为主的特点，努力发挥其善"言谈"的雄辩口才，他说："吾言足用矣！舍吾言革思者，是犹舍获而攈粟也，以其言非吾者，是犹以卵投石也。尽天下之卵，其石犹是也，不可毁也。"④在阻止鲁阳文君攻郑以及折服公输般而阻止楚攻宋的宣传中，就表现了他善"言谈"的智慧，又表现了他敢"言谈"的精神。

墨子同孔子一样，终身周游列国，传播他的主张。他的弟子"充满天下"⑤，有三百之众。"孔墨之后学，显荣于天下者众矣，不可胜数"⑥。他选弟子和人才也十分注重辩才，强调"贤良、圣知、辩慧"，评价人才的标准是："厚乎德行，辩乎言谈，博乎道术"⑦。其"辩乎道术"当然就是指辩才。

墨子很注重传播效果，方法就是以事实说话。他说："必立仪，言而毋仪，譬犹运钧之上，而立朝夕者也。"⑧他提出了用事实说话的"三

① 《墨子・尚贤(中)》。
② 《墨子・尚贤(下)》。
③ 《墨子・耕柱》。
④ 《墨子・贵义》。
⑤ 《墨子・尊师》。
⑥ 《墨子・当染》。
⑦ 《墨子・尚贤(中)》。
⑧ 《墨子・非命(上)》。

表"，即："有本之者，有原之者，有用之者。于何本之？上本之于古者圣王之事。于何原之？下原察百姓耳目之实。于何用之？发以为刑政，观其中国家百姓人民之利。"[①]这"三表"主张所言之事不能只凭主观想象，必须有根据，不能猜测，必须是群众亲身所闻，不能盲从，必须看这些事实是否有用。

在"天下大乱，圣贤不明，道德不一"[②]，各学派都想"以其学易天下"的春秋时代，"辩"最为发达。墨子对"辩"有独特的理解。他认为"辩"有助于"明是非"、"明同异"、"察名实"、"审治乱"。通过辩论，使是非分清，使事物分类，使名实确定，使治乱标准清楚。可见，墨子对辩论的意义认识非常深刻。

四、孟子的传播思想

孟子生活在战国中期，自认为是孔子的正统继承人，"乃所愿，则学孔子也。"面对"圣人之道衰"，"邪说暴行又作"[③]的现状，孟子要"闲先王之道"，挽救"先王之教"的衰亡[④]，办法就是"得天下英才而教育之"[⑤]。

孟子虽不提"仁政"、"礼治"，但他提出的行"王道"弃"霸道"，与孔子的思想别无二致，与墨子的"兼爱"、"非政"如出一辙。他认为，"霸道"时"以力服人"，不能使人心服，而"王道"是以德服人，使人"中心悦而诚服"[⑥]。如何行"王道"，"以德服人"呢？就是发扬"仁、义、礼、智"之精神。

孟子同孔子、墨子一样，四处奔走，周游列国，"后车数十乘，从者数百人"[⑦]，阵势很大，一路"游说"，有问必答，是名副其实的传播者。孟子的传播思想主要体现在以下几个方面。

一是强调传播能培养和创造好的舆论环境和道德环境，起到"教民"的作用。孟子说，舜"及其闻一善言，见一善行，若决江河，沛然莫之

① 《墨子·非命(上)》。
② 《庄子·天下》。
③④ 《孟子·滕文公(下)》
⑤ 《孟子·尽心(上)》。
⑥ 《孟子·公孙丑(上)》。
⑦ 《孟子·滕文公(下)》。

能御也。"①为此孟子认为，"善推其所为"，"扩而充之"，即进行传播，把好的政治主张推广到社会，普及到群众，就能使"国泰民安"。因此，治理国家的一个重要办法是宣传教育。孟子强调形成良好社会传播环境是传播成功的要诀，因为"近朱者赤，近墨者黑"。

二是发挥了孔子"教民"的思想，认为"教民"比军事和财政更重要。他说："城郭不完，兵甲不多，非国之灾也。田野不辟，货财不聚，非国之害也。上无礼，下无学，贼民兴，丧无日矣。"②就是说，对人民的教育抓得不紧，人民不归顺，国家就要灭亡。

三是强调"善言"、"善道"的善教。认为"善教得民心"。所谓"善言"，就是"言近而指远者"③，即传播语言要浅近，意义要深远。所谓"善道"，就是"守约而施博者，善道也"④，即传播时用的时间不多，效果却要很大。怎样才能做到呢？首先，孟子认为："君子之守，修其身而天下平"，就是传播者立言先立身。其次是要"诚"，"诚而不动者，未之有也。"⑤这里的"诚"，既有指态度的诚恳，也扬言语无虚，实实在在，而非穿凿附会。

五、庄子的传播思想

庄子所处时代同孟子，宋国蒙县（今河南商丘附近）人。他深知当时政治斗争的险恶，主张通过传播"道"，寻求一个自我的精神境界，以对抗严酷的社会现象。

同否定老子传播一样，不少学者也认为庄子是否定传播的，根据是，他在《齐物论》中说，"大辩不言，……言辩而不及。"在《秋水》中说，"可以言论者，物之粗也；可以意致者，物之精也；言之所不能论，意之所不能察致者，不期精粗焉。"在《胠箧》中说，"故绝圣弃知，大盗乃止。……擢乱六律，铄绝竽瑟，塞瞽旷之耳，而天下始人含其聪矣。灭文章，散五采，胶离朱之目，而天下始人含其明矣。"从字面看，庄子确是否定言的。但刘熙载说："庄子寓真于诞，寓实于玄。"⑤郭志坤先生说："细读上述第一、二材料（指《齐物论》、《秋水》），庄子并没有否定言论的

---

①③ 《孟子·尽心（下）》。
②③ 《墨子·离娄（下）》。
④ 《孟子·尽心（下）》。
⑤ 刘熙载：《艺概》。

作用。所谓'言辩而不及'、'言之所不能论'是跟道相对而论的。庄子认为'道'是超乎物际，是人们不能言说的泛神。"①他认为，实际上庄子是"贵言"的，例如，庄子曾用轮扁斫轮的寓言故事，说明文字语言的地位："桓公读书于堂上，轮扁斫轮于堂下，释椎凿而上，问桓公曰：'敢问：公之所读者，何言邪？'公曰：'圣人之言也。'曰：'圣人在乎？'公曰：'已死矣。'曰：'然则君之所读者，古人之糟粕已夫！'桓公曰：'寡人读书，轮人安得议乎！有说则可，无说则死。'轮扁曰：'臣也以臣之事观之。斫轮，徐则甘而不固，疾则苦而不入，不徐不疾，得之于手而应之于心，口不能言，有数存焉于其间。臣不能以喻臣之子，臣之子亦不能受之于臣，是以行年七十而老斫轮。古之人与其不可传也死矣，然则君之所读者，古人之糟粕已夫！'"②庄子上面这段话不是否定言论的作用，而认为"道"是不可言传的，即"言不尽意"的意思。郭志坤先生认为，"言不尽意"是古人历来的观点，而并非排斥言论。《周易・系辞(下)》在提出"书不尽言，言不尽意"之后紧接着说，"圣人立象以尽意"，就是"象"比"言"更为重要。庄子自己也说，"荃者所以在鱼，得鱼而忘荃；蹄者所以在兔，得兔而忘蹄；言者所以在意，得意而忘言。吾安得夫忘言之人而与之言哉？"③可以看出，庄子不但不否定认"言"，反而是"贵言"的。他贵在"贵言"。

语言是最重要的传播媒介，即使在现代社会，印刷媒介、电子媒介、网络媒介已发展到令人目不暇接的时代，"言"仍在传播中担任最重要的角色。其实，现代的传播媒介都是"口"的延伸，"言"的延伸，与传统的传播媒介并行不悖。庄子很会用"言"来传播他的思想的，甚至达到极致。他认为，人类总是要死的，但人虽死了，他的精神和思想却可以传世的。怎么传呢？在古代社会也只有"语言"了。所以庄子说："世之所贵道者书也。书不过语，语有贵也。语之所贵者意也，意有所随。意之所随者，不可以言传也，而世因贵言传书。"④他认为，思想只有通过"言"的传播，才能深入人心，不传播，就会被俗言所掩盖，就是："至言不出，俗言胜也。"⑤

---

① 郭志坤：《先秦诸子宣传思想论稿》，福建人民出版社，1988年。

②④ 《庄子・天道》。

③ 《庄子・外物》。

⑤ 《庄子・天地》。

庄子"贵言"，也是一位善"言"的专家里手。在《庄子·齐物论》中有一段关于演讲的描写，他说："缦者、窖者、密者。小恐惴惴，大恐缦缦。其发若机栝，其司是非之谓也；其留如诅盟，其守胜之谓也；其杀若秋冬，以言其日消也；其溺之所为之，不可使复之也；其厌也如缄，以言其老洫也；近死之心，莫使复阳也。"在《庄子·天下》还有这样的自述："其书虽瑰玮而连犿无伤也，其辞虽参差而諔诡可观。""以卮言为曼衍，以重言为真，以寓言为广。"在《庄子·寓言》篇中他又说："寓言十九，重言十七，卮言日出，和以天倪。"

以上可见，庄子对言的研究是十分深刻的，他自己的"言"也具巨大的艺术魅力。《庄子》的语言就是例证。"不仅'晚周诸子之作莫能先'，秦汉以来的一部中国文学史差不多大半在他的影响之下发展。"[①]金圣叹则将《庄子》列为天下六大奇书之首，谓"天下第一奇书"。鲁迅在《汉文学史纲要》中说庄子"著书十余万言，大抵寓言，人物土地，皆空言无事实，而其文则汪洋辟阖，仪态万千，晚周诸子之作，莫能先也"。

六、惠施、公孙龙的传播思想

惠施是春秋时代宋国人，做过魏国宰相，其学说在当时就与儒、墨、道家齐名，是专门从事于名实问题争论的雄辩奇才。他提出了著名的"合同异"观点，并四方传播，名扬天下。

惠施的辩论内容以"合同异"为主，内容广泛，活动范围也极为广阔，虽然有关他的论著大都已流失，他的传播思想散见于诸子著作中，字数万余。由于他善辩，不少古人称之为"坚白同异之辩"，《庄子·天下》则称他"以善辩为名"。

惠施认为善辩是以博学为基础的。他之所以善辩，就因为他是一位博学者。所谓博学，就是"遍为万物说，说而不休"。在《庄子·天下》中有这样的记载："惠施日以其知与人之辩，特与天下之辩者为怪，以其柢也。然惠施之口谈，自以为最贤，曰天地其壮乎！施存雄而无术。南方有倚人焉，曰黄缭，问天地所以不坠不陷，风雨雷霆之故。惠施不辞而应，不虑而对，遍为万物说，说而不休，多而无已，犹以为寡，益之以

① 《庄子与鲁迅》(郭沫若)，转引自郭志坤《先秦诸子宣传思想论稿》，福建人民出版社，1983年。

怪，以反人为实，而欲以胜人为名，是以与众不适也。”[①]这段话虽系庄子对惠施的攻击，但却说明惠施是博学善辩、独具“方术”的宣传家。他对别人的提问，从不推托，回答不假思索，有问必答，脱口而出，回答问题认真、全面、详尽，无懈可击。

惠施的辩才来源于他的勤思和博学。他的知识大多来源于天文、地理、生物世界，极为广泛，对生活观察极为细腻。在他的辩题中，有反映宇宙变化的，如“日方中方睨”、“今日适越而昔来”、“物方生方死”、“天与地卑”、“山与泽平”、“南方无穷而有穷”、“我知天下之中央，燕之北越之南是也”。有反映生物的，如“白狗黑”、“龟长于蛇”、“卵有毛”、“马有卵”、“丁子有尾”、“犬可以为羊”等，充满朴素的辩证思想，这是他的博学。惠施勤思好学，这是他的博学基础。《庄子·天下》评论惠施“其书五车，其道舛驳”。在现在看来，五车书实在不稀奇，何况只是些竹简呢。但在当时，“处则充栋宇，出则汗牛马”已是不小的数字，而惠施竟有“五车”之多。

惠施的“善辩”中“善譬”最为突出。他在传播中，常用譬喻，以帮助受传者理解。《说苑》中对惠施的“善譬”有这样的描写：

“客谓梁王曰：‘惠子之言事也，善譬。王使无譬，则不能言矣。’王曰：‘诺。’明日见，谓惠子曰：‘愿先生言事，则直言耳，无譬也。’惠子曰：‘今有人于此而不知弹者。曰：弹之状何若？应曰：弹之状如弹，则喻乎？’王曰：‘未喻也。’于是更应曰：‘弹之状如弓，而以竹为弦，则知乎？’王曰：‘可知矣。’惠子曰：‘夫说者固以其所知喻其所不知，而使人知之；今王曰无譬，则不可矣。’王曰：‘善’。”[②]

惠施在与梁王对话中，开始未用喻梁王不能理解，后来惠施用喻，梁王就清楚了，可见，惠施用喻的目的是为了“传通”，收到传播的效果。

与惠施同时代的还有公孙龙。公孙龙是春秋赵国人，做过平原君的门客，是一位著书立说、善言能辩的宣传家。他的“白马非马”、“离坚白”之说，在当时也很著名。

公孙龙的学说和传播思想集中体现在他鼓吹的“以正名实而化天下”[③]的活动中。他非常讨厌名不符实的状况，认为社会处在混乱之

---

① 《庄子·天下》。

② 《说苑》。

③ 《公孙龙·迹府》。

中，旧的"名"与新的"实"已不相符，必须"审其名实，慎其所谓"[①]。《庄子·天下》说公孙龙"饰人之心，易人之意，能胜人之口，不能服人之心，辩者之囿也。"

怎样才能"易人之意"呢？郭志坤先生总结了公孙龙几种传播手法：

一是诘难异说，就是用诘难法来批驳论敌，揭露论敌的矛盾，使其屈服；

二是"假物取譬"，宣扬自己的学说；

三是"正名实化天下"，因为事实最有说服力；

四是对症释疑，有针对性地解答问题。

七、荀子的传播思想

荀子生在春秋末年赵国。据讲荀子一生著作颇丰，但目前仅存《荀子》一书，凡三十二篇。他的传播思想主要体现在《荀子·劝学》篇中。

荀子十三岁时开始游学，从事传播和教育一生，齐国稷下是各路学派汇集之地，荀子也慕名而去，一面听各家学者讲学，一面传播自己的主张。

荀子十分重视宣传教育的作用。《荀子·劝学》第一句就是讲宣传教育的重要性的，他说："学不可以已。青，取之于蓝而青于蓝；冰，水为之而寒于水。"《荀子·大略》也说："君子之学如蜕，幡然迁之。"不时变化，如蝉蜕壳。

荀子同老庄不同，十分重视文字的传播。他认为，口头传播固然十分重要，但口头传播已较流利，文字传播还较少，必须大力发展，并且文字传播易传远，不易误传和失传。他说："五帝之外无传人，非无贤人也，久故也；五帝之中无传政，非无善政也，久故也。禹、汤有传政而不若周之察也，非无善政也，久故也。传者久则论略，近则论详。"[②]在他的倡导下，齐国稷下学者纷纷著书立说，不仅有竹简，还有绢帛，"各著书言治乱之事，以干争主。"[③]

荀子为了传播自己的主张，强调百官都应重视传播，组织传播活动，培养传播人才，"立大学，设庠序，修六礼，明七教，所以道之

---

① 《公孙龙·名实论》。

② 《荀子·非相》。

③ 《史记·孟子荀卿列传》。

也。"[1]他明确指出大师有"使夷俗邪音不敢乱雅"之务，乡师有"劝教化"之职，司寇有"防淫除邪"之权，冢宰要"本政教，正法则"，辟公要"论礼乐，正身行，广教化，美风俗"，天王要"全道德，致隆高，綦文理，一天下，振毫末，使天下莫不顺比从服"。他认为："政事乱，则冢宰之罪也；国家失俗，则辟公之过也；天下不一，诸侯欲反，则天王非其人也。"[2]

荀子认为传播要"至诚"，"至诚化万民"，如果传播者不能做到"至诚"，即使传播者的主张和观点是正确的，也很难为众人所接受。他说："君子养心莫善于诚；致诚则无它事矣；唯仁之为守，唯义之为行。诚心守仁则形，形则神，神则能化矣。诚心行义则理，理则明，明则能变矣。"他还说："四时不言而百姓期焉；夫此有常，以至其诚者也。……天地为大矣，不诚则不能化万物；圣人为知矣，不诚则不能化万民；父子为亲矣，不诚则疏；君上为尊矣，不诚则卑。夫诚者，君子之所守也，而政事之本也。"[3]荀子把诚理解为做人之根本，甚至包含了君臣、父子、夫妇关系，都要以"诚"对待。传播当然更要讲"诚"了。

荀子提出传播者要"诚"，"诚"的关键是"直言"。他说："君子能则宽容易直以开道人，不能则恭敬缚绌以畏事人。"[4]他反对"言无常信，行无常贞"[5]，主张"是谓是，非谓非"。其次是"公平"。荀子说："公平者，职之衡也"。就是评判一种事物时，要站在公正的立场上，"不以私害之"，不讲"伤人之言"，实事求是，"知之为知之"，"谈说之术，矜庄以莅之，端诚以处之，……宝之，珍之，贵之，神之；如是则说常无不受。虽不说人，人莫不贵。夫是之谓为能贵其所贵。"[6]

荀子反对乱言，厌恶骄横。他说："憍泄者，人之殃也；恭俭者，偋五兵也。"他还说："与人善言，暖于布帛；伤人之言，深于矛戟。"他断定："危足无所履者，凡在言也。"[7]

八、韩非的传播思想

韩非是荀子的学生，战国末年韩国人。他向韩国王建议外抗强敌，

---

①《荀子·大略》。
②《荀子·王制》。
③⑤《荀子·不苟》。
④《荀子·修身》。
⑥《荀子·非相》。
⑦《荀子·荣辱》。

内锄奸臣，富国富民。但韩国王不接受他的主张。由于韩非"见韩之削弱，数以书谏韩王，韩王不能用"[1]，故开始著书立说，以在更大范围内传播自己的主张。他的著作收存于《韩非子》，凡五十五篇。

韩非的传播思想是以"法"为基础的，即"以法为政"，主张"息文学而明法度"，反对"贵文学之士"。韩非子认为："文学者非所用，用之则乱法"[2]，从表面看来，韩非子是排斥文学的，其实他只反对浮华的文学，而不反对朴素而无文饰，"不见其采，下故素正"[3]的文学，这从他的"秦伯嫁女"和"楚人鬻珠"的故事中可以反映出来。如：

"楚王谓田鸠曰：'墨子者，显学也。其身体则可，其言多不辩，何也？'曰'昔秦伯嫁其女于晋公子，令晋为之饰装，从衣文之媵七十人。至晋，晋人爱其妾而贱公女。此可谓善嫁妾，而未可谓善嫁女也。楚人有卖其珠于郑者，为木兰之柜，薰以桂椒，缀以珠玉，饰以玫瑰，辑以翡翠。郑人买其椟而还其珠。此可谓善卖椟矣，未可谓善鬻珠也。今世之谈也，皆道辩说文辞之言，人主览其文而忘有用。墨子之说，传先王之道，论圣人之言，以宣告人。若辩其辞，则恐人怀其文，忘其直，以文害用也。此与楚人鬻珠、秦伯嫁女同类，故其言多不辩。"[4]

韩非子以"秦伯嫁女"和"楚人鬻珠"的故事比喻传播内容不能过分文饰，文饰过分就可能虚假而不实，"以文害用"。

韩非子认为人生来"好利恶害"，因此要对其进行教育，使其学到知识，以改造人性，他说："好利恶害，夫人之所有也。"[5]怎么办呢？就是"以法为教"，"布于百姓"，使之"不成迷"。他说："使失路者而肯听习问知，即不成迷（迷惑）也。今众人之所以欲成功而反为败者，生于不知道理而不肯问知而听能。"[6]他认为，为了使自己不迷惑，还必须"亲观听"。他说："酸甘咸淡不以口断而决于宰尹，则厨人轻君而重于宰尹矣。上下清浊，不以耳断而决于乐正，则瞽工轻君而重于乐正矣。治国是非，不以术断而决于宠人，则臣下轻君而重于宠人矣。人主不亲观

---

① 《史记》。
② 《韩非子·五蠹》。
③ 《韩非子·扬权》。
④ 《韩非子·外储说左上》。
⑤ 《韩非子·难二》。
⑥ 《韩非子·解老》。

听，而制断在下，托食于国者也。”[1]他认为，只有传播，才能形成一定的舆论空间，而人的认识是受舆论影响的。因此，他主张传播不要只满足于“独满于堂”，而要在全社会传播。

韩非强调传播应“循名实而定是非，因参验而审言辞”。他说：“名正物定，名倚物徙。……不知其名，复修其形。形名参同，用其所生。”“……故审名以定位，明分以辩类。……参伍比物，事之形也。参之以比物，伍之以合虚。”“……周合刑名，民乃守职。去此更求，是谓大惑。”[2]这段话的意思是传播内容必须以事实为根据，因为“巧诈不如拙诚”[3]，“拙诚”有力量，能感染人，感动人。

第四节　秦汉传播思想的发展与衰滞

先秦是我国古代传播理论和传播实践最为壮观的时代。进入两汉，虽然传播工具和手段有了很大的发展，但传播理论方面没有多大建树。可以说，两汉后的1 000年，是我国历史上较为沉闷的时代，直到18世纪后，传播才又繁荣和兴旺起来。

一、以书刊为阵地的文学传播活动逐步兴起

秦统一中国后，形成了一个统一的多民族的国家，以汉族为主体的多民族间的联系有了进一步的加强，经济有了很大发展。但各民族之间的矛盾仍很尖锐，战事频发，经济上又受到不同程度的破坏。这时期的传播基本上是从先秦以游说转向以书刊为主，多以反映民族和睦、渴求安定为主题。

1. 董仲舒为代表的神学化的儒家传播思想

为适应汉朝统治的需要，董仲舒把孔子的学说宗教化，把封建专制制度的理论系统化，形成了一套完整的神学唯心主义思想体系，并以此向人民进行宣传，其代表作《天人三策》、《春秋繁露》就是其思想体系的

---

① 《韩非子·八说》。
② 《韩非子·扬权》。
③ 《韩非子·说林》。

具体说明。他首先提出了"天人合一"、"天人感应说"，把人间的一切都说成是神有目的的安排，认为天给人类社会设立了握有最高权力的"君主"，人间皇帝就是代天意进行赏罚的权威，从而进一步提出"天子受命于天，天下受命于天子"，"受命之君，天意之所予也"的理论和绝对服从皇帝就是服从天道，反对皇帝就是反对天意的理论。同时也假天之威，提出天下不是为皇帝生人民，而是为人民而生皇帝。皇帝对人民有好处，就能继续做下去，否则天就要剥夺他的皇位。这种理论，客观上主要是为统治阶级服务的，也有可以被人们用来反对帝王的成分。董仲舒从君权天授的理论出发，大肆宣传"君君、臣臣、父父、子子"的等级观念，并提出三纲五常的伦理规范。他说："王道之三纲，可求于天"。"三纲"、"五常"是天的安排，天的意志。他认为人是分等级的，生来性善的人是圣人，生来性恶的人是小人，可善可恶的是中人，圣人是天生的统治者，中人经过宣传教育可变善，小人则是天生注定的低微卑贱，永远只能当牛作马。因此，重要的是对中人不要忘记宣传"感化"，对小人莫忘强威管理。从董仲舒的宣传目的看，完全是为了向人们论证和宣传封建等级制度和封建统治的合理性。他的宣传思想的核心是神化皇权，教化百姓，他的主要宣传手段是著书立说。

由于汉武帝"罢黜百家，独尊儒术"，儒家取得了前所未有的地位。从都城的太学到郡县设立的学校，一律设置经师，教授五经。这些经书一律用隶书写成，故称今文经学，而另有一些用汉以前的文字小篆写成古文经学。这两派发生了争执，开始是书写文字和读法的问题，而后便是不同流派、不同传播方法和对经文的不同解释，并形成了两种不同的思想体系和政治派别，这就是两汉今古文之争。今文经学根据统治阶级的需要，对儒家经典任意解释和发挥；古文经学则把儒家经典看成是历史材料，按字义进行解释，训诂简明，不凭空捏造，实际上是通过阐明儒家的道理，向人民宣传儒家的道德规范。表面上看，他们在宣传各自不同的观点，但从本质上看，是儒家内部的"禄利之路"的宣传战，是统治阶级争权夺利的一种表现形式，其宣传结果都是在歌颂先王、先圣，美化古代社会政治制度。

2. 西汉时期的著书立传的突出成就

先秦之前，传播手段还主要是游说，到了西汉，利用书刊进行传播已比较盛行。司马迁的《史记》则是最有力的证明。《史记》是一部史书，但其历史价值早超过了史书的范围，"协六经异传，整齐百家杂说"，

创纪传体的形式，是一部不朽著作，是一部思想性和艺术性极强的艺术珍品。材料丰富，"其文直，其事核，不虚美，不隐恶"，有褒有贬，爱憎分明。尤其值得称道的是第一次以饱满热情的文字宣传农民起义领袖陈胜、吴广和项羽的事迹，第一次将农民起义同商汤灭夏、周武伐纣、孔子作春秋相提并论，并给予极高的评论。对统治阶级的暴虐、奢侈、愚昧，甚至对汉武帝的求神拜佛进行冷嘲热讽，"不失为史家之绝唱，无韵之《离骚》"。

3. 文学艺术传播兴起

西汉的文学，主要是汉赋和乐府诗。前者大多反映了文人墨士遭人谗毁、仕途不遇的复杂感情和愤怨，表达出"横江湖之鳣鲸兮，固将制于蝼蚁"的不平。后者则以朴实的语言、鲜明的形象和战斗精神，写出了下层人民的不幸和痛苦，表达了人民的呼声。至于西汉的政论文体，如贾谊的《过秦论》、晁错的《贤良对策》、《言兵事疏》等，语言精练，富有节奏，有很大的说服力。

4. 西汉发明造纸术

据《汉书》记载："箧中有裹药两枚，赫蹄书"，应劭注曰："赫蹄，薄小纸也。"这是西汉有纸的最早文字记载。

5. 邸的设置和官方传播机构

刘邦建立王朝以后，承袭秦制，实行中央集权，下封诸多诸侯王，各诸侯王可在京设邸。据《西汉会要》记载，汉代九卿之一的大官大鸿胪之下，设有属官郡邸长丞。该属官就是当时各诸侯王在京设的邸吏，主要任务是"通奏报，待朝宿"，就是为各诸侯传递各种信息。汉武帝时，国土开拓，邮驿畅通，更进一步扩大了传播的范围。今天看来，邸完全是当时官方传播机构。由此可以肯定，秦汉已出现官方传播体系，中央已定期向地方发布官方新闻，主要形式是皇帝的诏书，诏书的传播面很广。向各地发布官方新闻的是御史，邸是传播机构，传播方式或以"邮行"，即由邮驿传送，或以"亭行"，即基层行政机构，或以"次行"，即横向传播。汉代以后的唐宋承袭了邸的传统做法。

6. 秦代的朝议制度与民主思想

中国远古氏族社会就有朝议制度，秦汉仍有承袭，凡重大事情"议之而后动"[1]，反映出当时统治集团的政治民主和基本政治制度，也反

---

[1] 《周易·系辞(上)》。

映出当时政治传播中的民主和言论自由仍有一定的保证，虽然从本质讲仍是其为维护统治集团的利益之需。

二、东汉传播的市侩和商贾特征

虽然东汉是我国历史上较为动乱的年代，特别是东汉末年，封建割据，豪强兼并，战事不断，民不聊生，但东汉王朝初建立中央集权时，势力还很强大的豪强地主牢牢控制着从中央到地方的各级政权。在传播方面则有自己的特点。

首先，东汉王朝选拔官吏实行的是察举和征辟制度。士大夫一般都较为注意自己的言行端正，以宣扬名声，抬高身价，为乡党舆论所推崇。因此，不少人为博取高官厚禄，多是矫情造作，沽名钓誉，骗取信任，表面上"贤良"、"孝廉"、"秀才"，其实在实际察举、征辟时，贿赂请托，特权横行，"以族举德，以位命贤"是极普遍的现象。

为缓和社会矛盾，刘秀在统一全国过程中，先后颁布了六次解放奴隶、三次禁止虐杀奴隶的诏令，如"民有嫁妻、卖子欲归父母者，恣听之。敢拘执，论如律"，"其杀奴婢不得减罪"。虽然这样的诏书仍有很大的局限性，但对恢复生产、稳定社会秩序起了很大作用，特别是重申"卖人法"、"略人法"、下诏令大批释放囚徒的措施，在宣传上对民众起了安定的作用。为了消弭农民的反抗，豪强地主也有意识地利用宣传宗亲关系，从宣传心理上分化农民队伍。据《四民月令》记载，每年春耕前后"冬谷或尽，椹麦未熟"之时，田庄主就"振赡穷乏，务施九族，自亲者始"。秋收前后，又"存问九族孤寡老病不能自存者"，"同宗有贫窭，久丧不堪葬者"，则纠合家人，合族收葬，亦以"亲疏贫富为差"。冬月腊月，还要请召宗族，婚姻、宾旅、讲好和礼，以笃恩纪，休农息役，惠必下浃。通过各种宗族关系的拉拢和小恩小惠的收买，使阶级矛盾较为缓和。

传播道教成为农民群众进行斗争的武器。东汉后期王朝已腐朽没落，国内阶级矛盾尖锐，社会动荡不安，农民起义频发。这时原始道教中的两个著名教派即太平道和五斗米道在民间进行广泛的传播。太平道的思想体系是唯心主义的，但也有揭露统治者贪婪，宣传平等、平均，反对不劳而获的思想的积极作用。五斗米道是汉顺帝时张陵学道时，自作道书，并向群众传播，受道者要出五斗米来作为酬谢，故称五斗米道。太平道和五斗米道在民间的传播，特别是朴素的平等观念和反对

地主阶级剥削的思想，深受农民群众的拥护。许多农民起义领袖正是利用宣传道教作掩盖，准备武装起义。黄巾起义领袖张角就是太平道的教主，自称"大贤良师"，以用"符水"给人治病，吸收许多弟子，又派他们去各地宣传道教。十几年间，徒众发展到30多万人，然后在全国同时宣布起义，其宣传口号就是"苍天已死，黄天当立，岁在甲子，天下大吉"。起义后，东汉腐朽政权动员了整个地主阶级的力量来对付农民起义。因为多方面的原因，黄巾起义终于失利。

传播宗教迷信成为东汉王朝统治阶级维护统治的重要武器。西汉末年，从董仲舒开始的神学化的儒学思想恶性发展，谶纬的广泛宣传使本来就乌烟瘴气的学术领域更加毒化。谶纬是庸俗经学和封建迷信的混合物，是用隐诡的用语、预言作为神的启示，向人民传播昭告吉凶祸福、治乱兴衰的图书符瑞，这类宣传封建迷信的作品，往往有图有文。为显示其神秘性，又经常作一些特殊的装饰，或者染一些特殊的颜色，所以又叫符命。谶纬是用宗教迷信的观点对儒家经典所作的解释。即假托神意来解释经典，把它说成是神的启示。这完全是反动统治者为维护自己的特权而编出来的。刘秀为了篡夺农民起义的胜利成果，就是用符瑞图谶来证明他当皇帝是"天命"所归，是神的意志。其后的统治者也都大力传播谶纬之学，并使其系统化、完整化、神圣化，成为支配人们伦理、政治生活的统治思想和准则。

正当政治思想领域充斥着谶纬迷信的时候，唯物主义思想家桓谭对谶纬迷信进行了激烈的批判。他向人民传播谶纬是"奇怪虚诞之事"，并非"仁义正道"，劝人民抛弃。他说，王莽崇迷谶纬，临死时还抱着符命不放，但最终并没有挽救他灭亡的命运。王莽的失败是由于"为政不善，见叛天下"，并非天意，而是民反。他反对一切灾异迷信，公开宣称："灾异变怪者，天下所常有，无世而不然"，他认为连孔子都说不清"天道性命"，后世怎么会知道天意呢！他还反对方术士所宣扬的通过服"不死之药"，达到"长生不老"、"羽化成仙"的思想，认为"生之有长，长之有老，老之有死，若四时之代谢矣。而欲变易其性，求为异道，惑之不解者也。"桓谭针锋相对的宣传，是万马齐喑里的一束光亮。但他最终被刘秀贬官。

出身"细族孤门"的王充比较接近和同情人民，他对于东汉王朝的黑暗给予了深刻的揭露。他深刻指出，人民造反是因为"谷食乏绝，不能忍饥寒"，同迷信无关。他告诉人民，迷信是不存在的，人死了不可能

为鬼，不可能有知，不可能害人。精神属于形体，死了便血脉枯竭，形体腐朽，精神息火。王充认为只有通过学习，才能增长知识，"知一通二"，"达左见右"，他十分强调传、学、用的一致。

通过两汉时期传播活动的分析，我们可以隐约看到，这时期，反动的传播占领着政治思想阵地。

三、传播沦为统治阶级的工具

黄巾起义虽然失利了，但黄巾起义的打击，使东汉政权大大削弱了，外部威胁刚减轻，但内部的矛盾又趋于激化。封建割据的序幕终于拉开了，特别是董卓领兵进入洛阳，废少帝立献帝后，欺骗宣传是州郡牧守争权夺地的主要武器。许多州郡首领都打着讨伐董卓的旗号纷纷进兵，扩展自己的地盘。曹操因为收得黄巾起义的青州兵，势力最大。为统一中国，接受毛玠"宜奉天子以令不臣，修耕植蓄军资，如此则霸王之业可成"的建议，立即迎献帝，"挟天子以令诸侯"，取得了政治上的优势。

军阀混战，朝代革易，统治阶级需要新的理论作为其维持统治的工具。但由于东汉政权瓦解，儒家独尊的地位大大地动摇了，随之是玄学的应运而生。魏晋时期，士大夫把道家的"老子"、"庄子"和儒家的"易"称为"三玄"，玄学就是糅合儒道而成为一种新的唯心主义思想体系。玄学一方面宣扬"贵无"，另一方面肯定礼教，对封建统治从未提出异议。

宗教既是当时统治阶级的重要精神武器，也是愚弄人民的精神鸦片，其中佛教和道教在群众中流传最广。佛教宣传人的肉体死亡，灵魂永存，可以转生来世，如果生能忍受众苦，虔诚信佛，把财产尽量施舍给佛寺，死后可上天堂，来世可以得福。魏晋南北朝时期，人民苦不堪言　　战乱、朝暴等，宗教便有繁殖的土壤。统治者为巩固统治和获得精神安慰，有意识地在人民中传播。北朝时，除魏太武帝和周武帝外，都大力提倡传播佛教，佛寺遍布全国各地，僧民多得惊人。仅北魏时，为了传播佛教，就有寺院3万，僧尼200万。梁武帝时，佛教一度被宣为"国教"。道教是由原始道教分化而来，代表人物葛洪认为宇宙是由神秘的玄产生的，有仙骨的人得到"玄一"或"真一"，就能成仙，达到神仙的手段就是服食金丹。他认为君臣上下是天理自然，不能更改，对民众施严刑峻法，"以杀止杀"。另一个代表人物寇谦向老百姓宣传太上

老君，提他"天师之位"，叫他"清理道教，除三张（张陵、张衡、张鲁）伪法"，他把许多封建伦理教条变为教义，向人民传播，如教人"不得破逆君主"、"于君不可不忠"，要安于贫苦而"勿怨"。

佛教的传播对当时社会影响很深。地主阶级中早有人对传播佛教持反对态度，但真正从理论上认为传播佛学是伪学的是范缜。他"性耿直，好危言高论"，是一位唯物主义思想家，写有问答体《神灭论》。

四、秦始皇的统一文字与焚书坑儒

公元前221年，秦始皇统一了中国，结束了诸侯割据、战争频仍的局面。秦始皇统一中国后的第一件事就是修筑"驰道"，"开通道路，无有障塞"，这一方面是便于管理全国，防止地方政府谋反，另一方面也是为了沟通全国各地，保证信息流畅，有助于政治、经济和社会信息的及时交流。秦朝对传播事业发展的最大贡献是统一文字。

先秦时期，七国争雄，诸侯割据，"田畴异亩，车涂异轨，衣冠异制，言语异声，文字异形。"秦始皇令全国统一用小篆，并以官方文字领引全国而废除了各国的异形字，并为学龄儿童编全国统一的识字课本，如秦始皇令李斯写《仓颉》，以一套简化笔画的文字秦篆（亦称小篆）作为全国统一文字，令赵高写《爰历篇》，令胡毋敬写《博学篇》。这些不仅为汉字、汉语言的发展奠定了发展的基础，更为传播与交流的发展奠定了基础。当然，秦始皇的根本目的是为了秦政权的稳定，为了巩固封建专制统治。秦始皇的焚书坑儒和禁私学便是他作为封建专制者对人民实施酷政的见证。

秦始皇上台后，板凳未热就实施了他的专制。他采纳李斯的建议，在全国禁止办私学，同时"史官非秦纪皆烧之，非博士官所职，天下敢有藏《诗》《书》、百家语者，悉诣守、尉杂烧之。有敢偶语《诗》《书》者弃市，以古非今者族，吏见知不举者与同罪。令下三十日不烧，黥为城旦。所不去者，医药、卜巫、种树之书。若欲有效学法令，以吏为师"[1]。这样，秦始皇成为历史上第一个彻底剥夺了人民阅知自由和言论自由的暴君，中国传播经历了历史上的大洗劫和大倒退。还不只这些，秦始皇还在咸阳坑死了460多名持不同意见的文人学士。他开了杀戮不同政见者和知识分子的先河，毁掉了大量的古书典籍和资料，春秋时期百家争

[1] 《史记·秦始皇本纪》。

鸣的气氛荡然无存,广大知识分子噤若寒蝉。

秦始皇对知识的否定,对知识分子和不同政见者的迫害为中国历代封建暴君所承袭,给中国人民带来了两千多年的"文字狱"。

第二章

唐至近代传播思想与官报传播

从秦后期起，是我国演讲处于衰微的时代，主要原因是政治黑暗、思想僵化、独尊儒术、文章取士。因此，"写"的地位上升，"说"的地位下降，特别是"信言不美，美言不信"和"病从口入，祸从口出"的消极影响，造成了"迟钝于言，敏感于文"的趋势。这种状况大约持续了千年左右，虽然这时期有孔明的"隆中对策"、"舌战群儒"，范缜的"好危言高论"，陈胜、吴广的鼓动宣传，但最值得一提的还是宗教变文演讲和书院学术演讲。

宗教变文演讲发生在南北朝佛教在中国传播以后。南北朝时期，佛教开始传入我国，佛教徒宣传教义成为重要的宣传现象。宣传方法主要是经师在公众场所讲经和经师咏经、歌赞，唱导师则用演义式的演讲方法。唱导师演讲中的"谈无常"、"说地狱"，以感人的可歌可泣的故事，"道俗倾心，悉来视听"，演讲完全是临时编造、捷辩的，即所谓"言无预撰"，"发响成制"。而在民间，一般信徒则根据唱导师的演讲与通俗的本子，先后转录。但大部分信徒和普通群众文化程度浅，不通文墨，很难领悟。信徒们的民间传教必须讲究和改造演讲的形式及艺术，力求通俗、形象、有趣。南北朝后期，经师和唱导师合流，通俗演讲得到发展，并开始深入到最基础的群众中，变文演讲便应运而生。

变文演讲流行和活跃时期是唐代。变文就是将佛经加以想象、附会编造而成。在敦煌石窟中曾发现过两种变文：一种是演讲佛经故事的，如"降魔变文"；另一种是演讲民间传说和历史故事的，如《伍子胥变文》、《孟姜女变文》。

书院演讲也始于唐代。书院本是修书机构，后书院私人讲学风气兴盛，学术演讲也因此而繁荣起来。这种讲学有渊源关系，是儒家私学

的历史源流。魏晋以后，佛教徒以山林名地为主，建立禅林精舍，聚众讲学。禅林讲学分为五种：一曰讲经，在夏季进行；二曰小参（随时开讲）和晚参（夜学）；三曰普说，集会讨论；四曰朔望和普茶，即饮茶讨论（茶话会）；五曰入室清益，是到长老者家问道。宋初，书院讲学最为兴旺，海内出现了六大书院：江西庐山五老峰下的白鹿洞书院；河南商丘的应天府书院；河南开封太室山南麓的嵩阳书院；湖南的岳麓书院；江苏金坛的茅山书院。宋有可考的书院185所。其中北宋38所，南宋147所。一些宿学鸿儒，都曾到书院讲学。如范仲淹主持过应天书院，朱熹在白鹿洞书院等。讲者潜沉学问，自由发挥，随时举事，听者衣冠森列，齐肃无哗，常有感泣流涕者。宋后，书院制度一直延续，差不多经历1 000多年。特别是晚明的高攀龙、顾宪成等人主持的无锡东林书院，讲学不离国家政治，批评朝政，不畏权奸，以挽回世道人心，产生了极大的影响。清初书院名家也多，一直到晚清的章太炎、康有为、蔡元培、梁启超等人都去书院讲过学[1]。

从秦至宋，对演讲理论有过贡献的首推刘勰，他把演讲词列为"论体"，认为演讲必须"聘其巧辞"、"纵横参谋"，指出演说主题必须"时利义贞"，"忠信"达理，"顺情入机，动言中务，雄辩锋利"。

第一节 隋唐传播思想

毫无疑问，从隋唐开始出现的官报是中国传播史上的重大事件。虽然那时的官报是否就是今天所说的新闻传播活动仍值得怀疑，但作为官方传播的一种现代形式已是可以肯定。

隋代是较为黑暗的时代，但隋代文学的贡献却是无法否定的，尤其是在文学理论上的贡献为唐代的文学繁荣和传播提供了理论基础，这一点似乎没有被现代人忽视。唐代是中国封建社会的鼎盛时期，由于隋唐社会经济文化比较发达，尤其是发明了雕版印刷术，印刷媒介首次成为中国传播活动的主要媒介，并因此形成了较发达完整的传播通道。

---

① 戴元光：《现代宣传学概论》，兰州大学出版社，1992年。

复旦大学新闻学院教授姚福申先生认为，唐代官方传播系统主要包括露布、条报、进奏院状报以及榜示等①。

露布即捷书，将文字写于帛，使帛悬于竹竿。条报是官方发布新闻的方法，而非媒介。官方每天发布，内容主要是皇帝的行踪、朝廷动态和官员的任免。进奏院是在周朝的邑和汉代的邸基础上发展的，后改名为上都知进奏院，所以"质政于有司"、"历间阖、登太清，仰万乘之威而通内外之事"。各进奏院根据采录到的朝廷消息，手写成官报，传给各诸侯，所以称进奏院状报，亦称"邸报"、"邸吏报状"等。朝廷对这些官报并没有限制，多少反映出当时政治传播还较为民主。

值得一提的是唐代首先出现"新闻"一词。《旧唐书·卷九二》载："恨天下无书以广新闻。"尉迟枢的《南楚新闻》也首次提到过新闻，从书中表达的意思看，有"奇闻逸事"之意，与今天的"新闻"含义很近。

第二节　宋代报纸的繁荣与传播控制

继纸的发明，隋唐时代已有雕版印刷，这在中国传播史上，甚至在世界传播史上都是光辉的一页，而宋代活字印刷的发明可算是中国传播业的里程碑时代，是对世界文明事业的巨大贡献。

"邸报"源于唐代，由于宋代雕版印刷技术已较成熟，又发明了活字印刷，所以"邸报"到宋代已具规模，并有统一的发行机构，"邸报"从手写媒介发展到印刷媒介。更由于宋承唐制，"重内轻外，牧守为放逐之地，被贬逐到京外的，都很关心朝廷的动静，说不定随时会在报上看到他们内调的消息。同时北宋竞争激烈，在野派自然关注执政派的动静。到了南宋，言官不能尽职，国政取决于清议，太学生关心时事，自然也是借报纸获知朝政。"② 这些都对"邸报"的发展提出了更多的要求，也就更促进了"邸报"的发展，"进奏院状报"从每五日发行一次改为每日发行，发行范围扩大到了全国。发行机构的邸府改由朝廷设立，成为宋代

①② 转引自徐培汀、裘正义：《中国新闻传播学说史》，重庆出版社，1998年。

官职制度的一部分，这样"进奏院状报"已成为具中央政府公报性质的"条报"，直接发行全国，内容大都是"朝廷擢用才能，赏功罚罪，事可惩劝者"[①]。它是宋代中央政府的宣传材料。

官报在北宋是可以公开出售的，南宋更有"供朝报"的报馆和零售摊贩。《靖康要录》曾记载北宋街市卖朝报的故事："……初百官集秘书省，不知所议何事。凌晨有卖朝报者，并所在各有大榜揭于通衢，云金人许推择赵氏贤者。其实奸伪之徒，假此以结百官，使毕集也。百官各趋赴，既集，即以兵部秘书省门下，乃连名荐举张邦昌。"[②]虽凌晨卖朝报者卖的是"奸伪之徒"的假朝报，但可推测，街市已有真朝报出售，否则何以出现假朝报呢？

除了"进奏院状报"、"朝报"外，宋代官报还有"边报"。"边报"顾名思义，边境地区的"状报"。宋人赵升的《朝野类要》说："边报，系沿边州郡，列日具干事人探报平安事宜，实封申尚书省枢密院"，其内容是边关军事消息。

"榜"是宋代传播政令的媒介，种类很多，有专给军政要员看的"朝榜"，悬于朝堂，有给平民看的"民榜"。"榜"的编撰有朝廷的，也有各执行机关编撰的，前者只在京出"榜"，后者则在全国出"榜"，选择民众集结之地。"榜"作为官方的传播媒介，控制很严，内容大多是诏令、政令、奏章、战讯和官员升迁，但都只言好事，粉饰太平，有法令的强制性。据现有史料记载，"榜"平时并不多，然新旧政权更迭和发生战争时，"出榜甚频"，目的是为了影响民意。

宋代，纸已经普及，印刷事业也很发达，官报已经定期出版，传播活动较先秦两汉及隋唐有很大的不同，但宋代对言论控制仍较为严格。虽有"进奏院状报"、"边报"等传播媒介，但所载内容都是经官方严格审查的，凡对统治阶级不利的言论几被禁绝，诸如灾情、暴乱、战败诸事一般都严加封锁。王安石推行新政，朝廷不少人反对，王安石怕报章影响舆论，任用亲信担任中书枢密院检评官以控制传播内容。而宋初的"定本誊报"是中国传播检查制度的最早记载。除报纸外，禁止出版的还有日历、刑法、经典、时政、边机、时文、国史等，甚至禁藏习许多学术著作。为加强控制，宋代还规定了出版前送审、出版后审读制度。定本制度在

---

① 《宋史·职官制》。
② 《靖康要录》。

中国的出现是传播史上的大事。

尽管如此，宋代的民间传播仍很活跃，民间出版物如"小报"等应运而生，虽政府下令禁止，可屡禁不止，发展很快。办小报的，也都是接近朝廷的"消息灵通人士"，每条消息都有来源，许多是采访来的，这些专任的记者有"内探、省探、衙探"之类，"皆私衷小报"。传播的内容也有现今"新闻"之含义，大多是"朝报未报之事"，经营者和衙门的各种官员相勾结，这些人"专以探报此事等为生"，几乎是专业的。小报经营者以办报为职业，而"坐获不赀之利"。尽管这些小报遭朝廷指责，但"禁者自禁，出者自出，反而更其兴盛。"①正如高宗时大臣周麟之所说："方陛下颁诏指，布命令，雷厉风行之时，不无小人涛张之说，眩惑众听。如前日所谓召用旧臣，浮言胥动，莫知从来。臣尝究其然也，此皆私得之小报。小报者出于进奏院，盖邸吏辈为之也。比年事有疑似，中外不知，邸吏辈必竞以小纸书之，飞报远近，谓之小报。如曰：'今日某人被召，某人罢去，某人迁除。'往往以虚为实，以无为有。朝士闻之，则曰：'已有小报矣！'州郡间得之，则曰：'小报到矣！'他日验之，其说或然或不然。"②

徐培汀教授在比较宋代传播媒介和宋以前邸报后认为，宋代邸报有七个特点：

一是由中央政府统一发行；

二是传播速度快；

三是传播范围较广；

四是宋代朝廷官吏了解政治新闻的主要途径；

五是邸报出版周期依政事的频繁程度而定；

六是邸报已公开发售；

七是邸报在管理上也有疏漏，报道了不该报道的内容。

现在看来，小报则更具今天报纸的特点，主要是：民间编辑；有专任采访人员；经营性；强调"以先得者为功"，"飞报远近，每日发行，传播"；遍达于州郡监司，内容是新近奇闻，为官民信，禁而不绝③。

宋代传播业说明，宋代从统治阶层到民间，对传播，尤其是新闻传播的认识已较为深刻，从新闻来源、发布方式、新闻检验到出版，都有规定，传播立法已见端倪。

---

①②③ 转引自徐培汀、裘正义：《中国新闻传播学说史》，重庆出版社，1998年。

第三节　明清传播思想

明清基本承袭宋，传播业没有太大发展，倒是传播控制更为严格。明朝始改燕京为北京，朝报已成为正式的官方报纸，供衙门内官员传读，而京报和邸报却具民间色彩，流传较广。明以前，邸报还是京外地方官员派人抄写的有关奏章的皇批等，写本较多。宋代的邸报传播更广，发行量骤增，因此便有了负责抄发的"报房"，由提塘负责。提塘类似机要通讯员，负责传报机密较高的军政情报，并抄奏章和批件。明代的邸报传抄的内容一般讲还是较为可信的，对于社会新闻、民间天灾人祸，亦时有报道，官方倒无大的限制。此时的邸报其实虽是官办，但却有民报的面孔，尤其是刊载的社会新闻、政治言论和揭露贪官污吏的文章，颇受欢迎。可见，明初的新闻控制已较宽松，但到万历年间，新闻控制又有些"吃紧"，政府任用"检校"每日汇民间动态，气氛不宽松，民间舆论受到限制。值得一提的是明代广告却较流行，对社会传播活动起到激活作用。陆容在《菽园杂记》中说，京城的广告甚至张贴到堂堂吏部衙门的前壁上。

前清的传播事业较宋已有较大的发展。首先，清朝已有完整的传播系统和制度。中央政府的军机处，便是政治传播的最高枢纽，通过军机处向内阁抄发谕旨章奏，再由内阁传知各衙门抄录执行，然后由提塘官把经过审查批准传阅的谕旨章奏传播各地。清代驿传组织系统也与宋代有别，一般设在内地各省的称为"驿"，设在西北的称为"台"，设在西北关外的称为"塘"。此外传播不同内容的又有区别，传递官方文书的称"铺"，传递军事信息的称为"站"，传送官方物资的称为"所"。各驿传单位都备有运输工具。据史料记载，全国各地的驿站有3 000个，传送速度也因要求不同，急件日行200－600里，可见，清朝的传播确较明代大有进步。

明清有作为的宣传家主要是公安派代表人物袁氏三兄弟，他们主张"街谈巷语"的口语文学，反对"物不古不灵，人不古不名，文不古不行，诗不古不成"及言必古的陈腐教条，这对推动民间传播起到很大的

作用。

明清传播是封建社会的顶峰，明清的传播控制和言禁也是封建社会之最。徐培汀、裘正义先生认为，明清在新闻控制和言禁方面是一脉相承的，主要体现在三个方面。

一是业务管理相对宽松，思想控制相对集中。明清官报隶属中央，列入中央政府的政治组织系统，在一定的范围内有自由度，但官报必须成为封建统治的一部分，不能危害政权。

二是统一传播口径，压制不同意见，特别是压制民间传播，尤其是清代，"文字狱"骇人听闻，矛头主要是指民间传播。顾亭林的《亭林文集》记载，乾隆二十二年，大臣富勒浑参奏生员陈安兆"妄著书籍，语多孛谬"，送呈陈书两种，诗一部。乾隆认为，"陈安兆所作，并不足称为著述"，"诗稿中间有牢骚字句，亦浅学人掉弄笔墨陋习"，结果放过不论。而同时的庄氏史案，则遭血腥镇压[1]。

三是设定保密制度，垄断传播。明清是秦以后历代封建王朝中实行特务统治最严厉的朝代，尤其是清代，一方面政府各级官员，大到皇室，小到提塘都有严格的保密规定，对外严格封锁消息，另一方面发展官报和民报，加强学校教育。如乾隆时代，禁毁图书之风仅次于秦皇，但又组织知识分子遍搜海内遗书，编辑了中国最大的古籍汇集《四库全书》。自然，他邀集全国的知识分子编书，亦有转移知识分子视线和精力，防止犯上作乱的目的。

① 转引自徐培汀、裘正义《中国新闻传播学说史》，重庆出版社，1998年。

第三章

现代中国人的传播思想

传播与生俱来，传播思想是人类对自己的传播行为的认识和总结。我国古代传播活动可以说是当时世界上最为活跃的，而我国先贤先哲们对传播的探索和认识可以说也是最为深刻的：劝服和演讲行为及思想可以与古罗马的哲人相媲美，在世界上首先有政府传播组织和传播制度，出现了人类历史上第一张报纸，雕版印刷和活字印刷术比西方早几百年。可以说，中国古代传播思想不仅在中国文明史上，在世界文明史上也占有光辉灿烂的一页。但这种发展成就并没有延续下来，明清已经开始衰败，到近现代，中国的传播思想和传播事业的发展已经远远落后于西方，泱泱大国不得不引进西方的传播观念。虽从 19 世纪起，西方传播思想开始传入中国，但直到 20 世纪中叶，中国现代传播思想仍未摆脱中国传统文化的巨大惯性，一些现代传播思想启蒙者屡遭磨难。在 20 世纪的一些年代里，中国不仅拒绝现代传播思想，甚至拒绝我们的先贤先哲们早在几千年前就提出的传播哲学观。20 世纪 70 年代末期，中国实行了举世瞩目的对内改革、对外开放的政策，中国的学者们才又开始新的跋涉。

第一节　西方传播思想的影响

西方传播思想源于古罗马哲学，发展于文艺复兴时期，到了 19 世纪初，西方现代传播思想已较成熟，传播事业已具相当规模，特别是新闻传播事业在全世界产生了巨大的社会影响。魏源在《圣武记》中这样

描述："报纸，她从不睡眠；在世界各地，都有她的大使；在每条道路，都有她的信使；她的官员，与军队并肩前进，并且经常出入政治家的密室；她的力量，是无处不在，无处不有。"①

西方传播业，尤其是新闻传播业，繁荣在17世纪末和18世纪初的资产阶级革命以后，但西方现代传播思想，特别是传播自由思想却是文艺复兴时期的产物，最早可以追溯到16世纪。

西方现代传播观即报刊自由主义理论，"16世纪提供了直接现实的基础，17世纪见到了哲学原理的发展，18世纪将这些理论付诸实践。"②西方报刊自由主义理论的核心是新闻自由。

一、报刊自由主义理论的起源

报刊自由主义理论是西方社会政治思想中的自由主义理论(The Theory of Libertarian, or The Libertarian Theory)在新闻出版领域中的逻辑延伸，而社会政治思想中的自由主义理论根源于17—18世纪的启蒙哲学(The Philosophy of Enlightenment)，其渊源可以追溯到欧洲14世纪中叶开始的文艺复兴运动(Renaissance)。文艺复兴运动反对中世纪摧残人性的宗教神学统治，发出了尊重人、尊重人格和人性的呼吁，主张捍卫人的利益，坚持人的尊严，肯定人的幸福，提出人性以对抗神性，提出人权以对抗神权。文艺复兴运动中提出的这些概念和主张是人的自我意识的觉醒，被称之为人文主义(Humanism)，它反映了封建社会内部所孕育出来的新的生产关系——资本主义生产关系发展的必然性要求。

随着封建社会内部资本主义生产关系的进一步发展，文艺复兴运动时期产生的人文主义思潮广泛地渗透到社会意识的各个领域，并在哲学中获得了集中的表现，孕育出17—18世纪的启蒙哲学，发展为声势浩大、历时长久和影响深刻的启蒙运动(The Movement of Enlightenment)。不管启蒙哲学家和启蒙运动思想家们在宗教、哲学、社会、政治诸方面彼此的观点有多大差别，他们的思想方法却有一个共同特征，就是对传统宗教、哲学、政治学、伦理学等采取批判态度，高度尊崇和信任人类理性。康德(1724—1804)说："我们这个时代可以称为批判

---

① 转引自徐培汀、裘正义：《中国新闻传播学说史》，重庆出版社，1998年。

② 戴元光：《传播道德论》，上海大学出版社，2000年。

的时代。没有什么东西能逃避这批判的。宗教企图躲在神圣的后边，法律企图躲在尊严的后边，而结果正引起人们对它们的怀疑，并失去人们对它们真诚尊敬的地位。因为只有经得起理性的自由的公开检查的东西才博得理性的尊敬。"[1]康德并未言过其实。以理性为至高无上准则的批判哲学(不单是康德本人的"批判哲学"，而是泛指整个启蒙哲学)是一个革命的哲学。鼓吹这种哲学的思想家所以被冠以启蒙思想家，是因为他们为资产阶级革命进行了不可缺少的思想舆论准备。恩格斯在《反杜林论》的"引论"中评价17—18世纪法国运动的代表人物时写道："在法国为行将到来的革命启发过人们头脑的那些伟大人物，本身都是非常革命的。他们不承认任何外界的权威，不管这种权威是什么样的。宗教、自然观、社会、国家制度，一切都受到了最无情的批判；一切都必须在理性的法庭面前为自己的存在作辩护或者放弃存在的权利。"[2]

在社会政治学说方面，启蒙哲学在批判封建专制主义过程中提出并发展了"自然权利"(Natural Rights)概念，并以这个概念为基础重新设想和安排个人和社会、个人和国家、个人和法律之间的关系，提出了"社会契约论"(Social Contract)的政治学说。这个学说根基于英国的培根(1561—1628)、霍布士(1588—1679)和洛克(1632—1704)的政治学说。霍布士坚信每个按照自己的愿望用他自己的力量来保存自己的这种社会自由，是人的"自然权利"(Natural Rights)；洛克则证明这种自然权利根据于"自然法则"(Natural Law)。自然法则是先于一切社会组织和政治组织的基础而存在的，并且是或者理应是社会组织和政治组织合理性的准则。在霍布士和洛克看来，每个人生而俱有其自然权利(因之这种权利也译为天赋权利)，只是由于人类生活的群体性，个人才把自己的天赋权利同一定的社会组织(如氏族部落)和政治组织(如国家政党)在自愿的前提下相联系，接受社会和国家的某种制约。但霍布士社会契约论引出的是君主专制主义政治理论；而洛克的贡献则在于他由此引导出与霍布士不同的"政权民授"的原理，认为国家的权力是人民委托给它的，其真正功能和目的只在于保护和保障人的自然权利而不是其他；如果国家不能履行上述职能或背弃上述目的，人民

---

[1] 康德：《纯理性批判》，商务印书馆，1982年。
[2] 《马克思恩格斯选集》第一卷，第56页，人民出版社，1995年。

就理所当然地应该收回委托而把它推翻[1]。

英国的这种政治学说和欧洲大陆笛卡尔(1596—1650)的理性主义哲学相汇合而发展成为强大的启蒙哲学和启蒙运动。斯宾诺莎、莱布尼兹、康德等哲学家们用形而上学语言隐晦曲折地论证着人的自然权利和自由主义;而法国的思想家们如孟德斯鸠(1689—1755)、卢梭(1694—1778)、狄德罗(1713—1784)、伏尔泰(1712—1773)等则直接讨论财产自由、人身自由、思想自由、言论自由和出版自由等问题,并以至高无上的理性的名义,而不是以上帝的名义宣布这种自由是不可转让的天赋人权。18世纪法国著名自由主义思想家西哀士宣称:"公众要求指定关于赋予或者准许出版自由的法律,这样说是不正确的。公民们想、说、写并发表自己的思想,根本不是由于法律,而是由于其自然权利。"[2]同时,启蒙思想家们从这种自由权利的天赋自然性出发,进而认为尊重它应该是一切社会的伦理准则,因而这种自由权利又被冠以"道德权利"(Moral Rights)的伪装。

由上可见,启蒙哲学中的自由主义理论是报刊自由主义理论的根据和基础。二者的区别只在于:启蒙哲学中的自由主义披着形而上学外衣,因而是一种思想运动;而报刊自由主义则直接同社会传播活动相联系,因而它就直接同当时的封建专制国家的法律制度和政治制度对新闻传播活动的严厉管制相冲突,是一种更富有战斗性的理论和更具有进攻性的实践原则。

二、报刊自由主义的历史意义

众所周知,无论在东方还是西方,在漫长的封建主义制度下,新闻和思想的传播是受到严厉禁止和管制的;禁止和管制新闻与思想的传播曾是封建制度赖以苟延残喘的前提之一,因而禁止和管制的理论源远流长。这种专制主义理论在中国远可以追溯到战国时代的荀子和他的嫡亲弟子韩非子的著作。荀子曾把一切异端的思想通称之"奸言"、"奸说",认为奸说者,"圣王之所禁也",主张对"饰奸言之雄者","圣王起,所以先诛也。"[3]韩非子把荀子这种排斥异端的思想发展成一套完

---

① 洛克:《政府论》,商务印书馆,1964年。
② 《马克思恩格斯论新闻》,第139页,新华出版社,1985年。
③ 《荀子·非相篇》。

整的文化专制主义的政治理论，主张“明主之国，无书简之文，以法为教；无先王之语，以吏为师”，并把百家学子列为威胁专制国家安全的“五蠹”之首，禁绝人民群众一切思想言论的自由[1]。于是有秦始皇的“焚书坑儒”，有史不胜书、愈演愈烈的“文字狱”，如雍正、乾隆。在西方的希腊，柏拉图在他的“理想国”中专为文学艺术创作制订了许多禁令；在《法律篇》里声称：“一个城邦如果还没有由长官们判定你们的诗是否宜于朗诵公布，就给你们允许证，它就是发了疯。”[2]其后罗马帝国尊上帝为世界最高主宰，把一切有违宗教教条和“天启”的思想言论都看作是对上帝的亵渎，并用宗教法庭来惩处“罪犯”。在宗教神权动摇以后的欧洲，各封建王国先后颁布法令，实行严厉的传播管制。如英国皇室实行了出版许可制度，成立皇室特许出版公司（1557年），垄断一切出版事业，随后又成立了“星殿法院”（1570年），专门惩治传播所谓非法的出版物。

在以农业生产为主的自给自足经济条件下，禁绝新闻和思想传播的政治法律制度存在了几千年。但是伴随着资本主义生产方式发生和发展，新闻和思想的传播就成为一种十分广泛而迫切的社会需求。就报刊而言，自1609年德国沃尔芬比特尔市的《通告报》问世之后，首批报刊迅速在法兰克福、柏林、汉堡、巴塞尔、维也纳、阿姆斯特丹和安特卫普等城市出现；1621年在英国的伦敦出版了《科兰特》报。这些初期报刊一般是商业性的，很少刊载直接威胁封建专制国家安全的文字。但尽管如此，私人报刊的出现和流通对封建国家仍然构成了潜在威胁，因为它把不同地方发生的消息和平民百姓的窃窃私议公开和广泛地加以传播，这本身就意味着是对封建专制国家赖以生存的对新闻和思想的严厉管制制度的挑战。于是，在西方国家的各国历史上演出了一场私人报刊与封建国家之间的长期斗争。报刊自由主义理论既是新闻出版事业反对专制主义的斗争武器，也是这场斗争的产物。

按照《报刊的四种理论》一书的作者们的意见，在过去三个多世纪中对报刊自由主义理论作出重大贡献的主要人物是英国的约翰·密尔顿（John Milten，1568—1674）、约翰·厄斯金（John Erskine，1750—1823）、托玛斯·杰弗逊（Thomas Jeffersen，1743—1826）、约翰·密尔

---

[1] 《韩非子·五蠹篇》。
[2] 柏拉图：《理想国》，商务印书馆，1957年。

(John Stuart Mill，1806—1873)。

1. 密尔顿首先提出出版自由口号

约翰·密尔顿是17世纪英国伟大诗人、政论家和资产阶级革命的勇敢斗士。1643年，正当英国资产阶级反对斯图亚特王朝的清教徒革命斗争取得初步胜利的时刻，国会中的长老派害怕革命斗争的深入会妨碍与保王党势力妥协，便炮制新的出版法，企图控制不断高涨的革命舆论。1644年11月24日，密尔顿被"召"到国会市议厅(由议员组成，相当于国家最高法院)，他被指控在1643年"未经许可"而发表的两篇文章触犯了出版法。密尔顿在议会发表了题为《埃里欧巴几蒂卡——为不经许可的出版自由辩护的演说》(即《论出版自由》)。在这篇演说中，他揭露了1641年颁发的出版法和1643年新炮制的出版法中规定凡出版必得经官方检查批准的条款，与斯图亚特王朝"星殿法院"所实施的出版法在本质上都是一样的，作用都是为了"破坏学术，窒息真理"。他宣称：言论、写作和发表自由是"一切自由中最重要的自由"，是"一切伟大智慧的乳母"，他并且坚信在不受约束的出版自由环境中真理一定会战胜谬论。他以诗人的语言说：

虽然各学说流派可以随便在大地上传播，然而真理却已经亲自上阵……让她和虚伪交手吧！谁又看见过真理在放胆地交手时吃过败仗呢[1]？

密尔顿这篇演说当时并未在政治上发生多大的实际影响，但是他关于"放手"让各种思想观点在大地上传播的主张，关于真理在"放胆"同虚伪交手中一定会赢得胜利的信念，却是奠定了报刊自由主义理论的两个基本概念，即"思想的公开市场"和"自我修正过程"的基础。

2. 厄斯金坚持出版自由包括议政自由

厄斯金是英国18世纪的著名律师、法理学家。他对报刊自由主义理论的贡献，主要是在1789年为一个出版商所做的成功辩护中提出的。该出版商因为出版发行了一本批评英政府审讯前印度殖民总督沃伦·黑斯廷斯事件的小册子而被指控。厄斯金在为这个出版商所做的法庭辩护中宣称："我的论点是：任何一个人，只要用自己的理性和良心告诉他是用真理的思想去启发别人，而不是意图欺弄别人，那末即使错了，也可以就政府的一般性问题或本国政府的特殊问题把自己的意见

---

① 密尔顿：《论出版自由》，商务印书馆，1958年。

公诸全民族的理性之前。"[1]厄斯金这个辩护演说被新闻史学家认为是英国历史上捍卫新闻自由文献中的一个"碑铭"。他和密尔顿不同之处在于：他坚持出版自由包括议论政治和批评政府的自由；并且在他看来，这种批评自由是"新闻自由的基础"，"取消了这一点，新闻自由就会成为一句空话"。[2]

3. 杰弗逊认为新闻自由在政治生活中具积极作用

杰弗逊是美国独立战争中的风云人物，《独立宣言》的起草人之一，继华盛顿、亚当斯之后而为美国历史上的第三位总统。他在促使美国国会通过《宪法第一修正案》(权利法案)，确保新闻自由权利的过程中作出了贡献。而在亚当斯任总统期间，在国会炮制钳制新闻自由的《外侨法》和《煽动法》这两项反动法案(1798年，有效期3年)时，他又曾进行过坚决的斗争，并在他就任总统(1801年)后使这两项法令按期自然失效。

杰弗逊对新闻自由的信念，主要表述在1787年(一说1789年)写给爱德华特·卡灵顿的信中。信中说："我深信，人民之善良理智将永远是精锐的大军。他们也会被引入歧途，但将迅速纠正他们自己。人民是其统治者之唯一监督，甚至他们的过失也往往是要使这些统治者遵守他们制度的真正原则。而对那些过失惩戒太厉，即意味着镇压公众自由所仅有的一点保障。预防此类对人民之不正当的干预的方法，就是通过公共报刊的渠道，向人民提供关于他们自己事务的全部情况，并且力争做到使这些报纸深入到全体人民群众之中。民意是我国政府的基础，所以我们先于一切的目标就是要保持这一权利。"接着他表示：若要我来决定要一个没有报纸的政府，还是没有政府的报纸，我会毫不迟疑地立即回答：我宁愿后者[3]。

杰弗逊这番宣言当然是过甚其辞的。但从历史上看，这是资产阶级统治者中第一个比较真诚地企图把"民主国家"的学说和报刊自由主义理论付诸实施的政治家，因而美国曾一度比其他资本主义国家所给予新闻传播界的新闻自由要多一些[4]。

4. 密尔保护少数的激进自由主义理论体系

密尔是19世纪英国的哲学家、经济学家和西方资产阶级自由主义

---

①②③　威尔伯·施拉姆：《报刊的四种理论》，新华出版社，1980年。

④　《美国新闻史》，新华出版社，1982年。

理论的集大成者，他的《论自由》(On Liberty)一书闻名于世。《论自由》一书不仅把言论出版自由看成是个人的自由权利和道德权利，而且把它看作是人类社会的幸福所系，提倡一种无条件的思想言论自由。他所谓的"无条件"，指的是不仅国家不应限制，就是社会也不应限制。他的理由是："假定全体人类统一执有一种意见，而仅仅一人执有相反意见，这时，人类要使那一个人沉默并不比那一个人(假如他有权力的话)要使人类沉默较可算正当。"密尔认为："个人的意见不是个人的私产，而是全人类的财产，因此他认为迫使哪怕一个意见不能发表的罪恶就在于这种理由是：对整个人类的掠夺，对后代和现存的一代都是一样"。理由是："假如那意见是对的，那么他们是被剥夺了以错误换真理的机会；假如那意见是错的，那么他们是丢掉了一个差不多同样大的利益，那就是从真理与错误的冲突中产生出来的对于真理更加清楚的认识和更加生动的印象。"[1]

密尔这个推论是建立在对全部意见之性质的下列分析的基础上的，那就是：

(1) 被禁止的意见很可能不是谬误而是一个真理；

(2) 被禁止的意见纵然一般说来是错误的，却很可能包含部分真理；

(3) 反过来说即使公认的意见确是真理，但若不让它经受错误意见的认真争议，那末这条真理就难以使接受它的人有深刻的理解和领会；

(4) 因此这条公认的正确意见就可能减弱或失去其对人们品行行为的指导作用。

密尔对言论和出版自由理论的特殊贡献在于从真理论角度逻辑地论证了保护少数的原则，从人类幸福追求的宏观立场上完善了全面自由的主张。

伴随着报刊自由主义理论的发展和资产阶级革命的胜利，历史上产生了反映这一理论的两项具有法律效力的重要文献：一项是1789年在法国大革命风暴中产生的《人权宣言》(Declaration of The Right of Man)，该宣言第11条宣布："自由传达思想和意见是人类最可贵的权利之一；因此每个公民都有言论、著述和出版的自由，但在法律所规定

---

[1] 密尔：《论自由》，商务印书馆，1959年。

的情况下应对滥用此项自由负担责任。”[1]这项著名的条款奠定了法国新闻出版自由的法律基础，从此之后，曾被原封不动地或略作修改写入世界上许多国家的宪法中或权利宣言中。1948年12月10日联合国大会通过的《世界人权宣言》的第19条载入这条内容，宣布：“人人有权享有主张和发表意见的自由，此项权利包括持有主张而不受干涉的自由，和通过任何媒介和不论国界寻求、接受和传递消息和思想的自由。”[2]其二是在美国独立战争胜利后美国国会于1891年通过的《宪法第一修正案》。该法案第1条规定：“国会不得制定关于下列事项的法律：确立宗教或禁止信仰自由；剥夺人民言论或出版的自由；剥夺人民和平集会及向政府请愿的自由。”[3]所有这两项宣言和法案均被西方政治学家和新闻学家引为西方国家保证新闻自由的权威证明。

乍看起来，报刊自由主义理论、包括作为它的基础的一般自由主义理论的产生和发展仿佛是人类精神的独立运动，是一直沉睡着的人类理性自我觉醒的产物。从文艺复兴时期的人文主义和启蒙哲学的实践理性到一般自由主义和报刊自由主义理论，这一切都仿佛是人类思想解放和学术进步的逻辑发展过程。但这只是表面的现象。自由主义理论是资产阶级的理论。恩格斯根据唯物史观在《路德维希·费尔巴哈和德国哲学的终结》一书中论述说：“从15世纪中叶起的整个文艺复兴时代，在本质上是城市从而是市民阶级的产物，同样，从那时起重新觉醒的哲学也是如此。哲学的内容本质上仅仅是那些和中小市民阶级发展为大资产阶级的过程相适应的思想和哲学的表现。”马克思在《路易·波拿巴的雾月十八日》一书中则直截了当地指出自由主义理论的资产阶级的政治性。他写道：“资产阶级为了达到它的目的，就必然要求取得自由讨论自身利益、观点以及政府的行动的可能。它把这叫做‘出版自由权’。它必然要取得毫无阻碍地结成社团的可能。它把这叫做‘结社自由权’。同样，它也必然要取得信仰自由等等，而这是自由竞争的必然结果。”——人们也许会提出，马克思这样判断问题不免有失武断，因为资产阶级革命思想家们当初提出自由权利的呼吁时是以人人平等为前提的，自然权利、天赋权利、道德权利不分阶级，是全体社会成员人人得而享之的“普遍权利”。是的，不仅在资产阶级革命思想家的理论中是这样表述的，并且从个人动机上看，也许确是如此。但是，

①②③ 《世界人权法案》，四川人民出版社，1991年。

政治斗争有自己的特殊规律，就是新的阶级为夺取政治权利，必须动员人民；为了动员人民，又必须把自己的阶级理想和要求描述为是代表人民的，这个规律从历史上看是不以个别人的动机为转移的。——因此马克思接着指出："很自然，只有在为民争取权利和自由的幌子下，它才能从政府手中为自己争得权利和自由。"①

但是，马克思主义者却并不否认自由主义和报刊自由主义理论之作为资本主义生产方式的必然要求和资产阶级的政治要求之在历史上所具有的进步性。因为它是和中世纪封建主义相对立的，它所体现的资本主义生产方式远比封建主义生产方式进步。尽管资本主义制度是用一种新的剥削压迫形式代替旧的剥削压迫形式，尽管在资本主义社会里仍然充满着黑暗和腐朽现象，但正如《共产党宣言》所说的："资产阶级在不到一百年的阶级统治中所创造的生产力，比过去一切时代所创造的全部生产力还要多，还要大。"②因而从历史主义的观点看，马克思主义者并不否认资本主义、资产阶级在其上升时期的革命性和进步性。就报刊自由主义来说，它勇敢地冲决封建专制主义钳制人民思想言论的藩篱，为资产阶级报刊赢得了出版和传播自由，并在理性的名义下放手攻击封建阶级的罪恶，广泛宣传资产阶级的理想，动员和组织"第三等级"同封建贵族和宗教僧侣作斗争，为在世界范围内推翻他们的反动统治和建立资产阶级共和国（包括君主立宪式的资产阶级国家）发挥了不可替代的舆论作用。因此列宁向人们解释说："出版自由"这个口号，从中世纪末到19世纪在全世界成了伟大的口号，为什么呢？因为它反映了资产阶级的进步性，即反映了资产阶级反对僧侣、国王、封建主和地主的斗争③。

三、报刊自由主义理论的两个错误理论前提

我们已经一般地叙述了自由主义理论（包括新闻自由）的产生、发展的历史及其一般原则，现在让我们对这一理论的哲学前提和实践结果进行具体的分析。

人们首先大概会问：报刊自由主义理论中的新闻自由概念的具体

① 《马克思恩格斯论新闻》，新华出版社，1985年。
② 《马克思恩格斯选集》，第1卷，人民出版社，1995年。
③ 《列宁全集》，第32卷，人民出版社，1959年。

内涵是什么呢？从密尔顿、厄斯金、杰弗逊到密尔，无数的报刊自由主义理论家都不曾全面而明确地加以界定。不过根据他们的观点以及世界各国新闻实践，国际新闻学会(International Press Institute)认为新闻自由的含义主要是四点：(1)自由接受新闻(Free access to news)；(2)自由传播新闻(Frees transmission of news)；(3)自由发行报纸(Free publication of newspapers)；(4)自由发表意见(Free expression of views)。但是，虽然这个解释是合乎逻辑的，却正如大多数严肃的历史学家、政治学家和新闻学家所共同指出的，这样的新闻自由在任何国家也不曾存在，也不能存在。究其原因，根本问题在于报刊自由主义理论的前提是错误的，以及资本主义政治经济制度要对新闻自由加以制约和破坏的客观必然性。

从报刊自由主义理论的起源中可以看到，报刊自由主义理论的基本前提是建立在两个哲学假定上的。其一是相信人是有理性的动物，由此假定人人会依据理性进行思考判断和发表意见，并遵从理性的启示去接受真理而抛弃谬误；其二是相信理想国家是为全体公民服务的、中性的契约组织(封建国家只不过是国家本质的扭曲)，一旦这种民主国家建立，它就能够动用法律保障全体人民的思想言论自由和新闻出版自由。

但是，这两个假定在马克思主义看来都是唯心主义的理想。

1. 关于理性的假定

毫无疑问，"人是有理性的"(理性动物，Reasonable Animal)，这个命题本身一般说是正确的。这个命题过去曾经是、今天仍然是一个激动人心的命题。因为它一般地肯定了人的价值，提倡人们自尊、自重、自爱，鼓励人们为社会进步和发展而奋斗。但人究竟是什么，人的理性又究竟是什么，对于这个问题，从文艺复兴到启蒙哲学的思想泰斗们从来没能给予正确的回答。思想家们忙于为"人"唱赞歌，为"理性"唱赞歌，结果徒使这个命题流于空疏。在这个命题中，主语"人"是抽象空洞的，宾语"理性"也是抽象空洞的。但是马克思主义者认为，"人"和"理性"都是被历史地规定着的，并且随着历史的发展而变化着的。马克思在《关于费尔巴哈的提纲》(1844年)中指出："人……在其现实性上，它是一切社会关系的总和。"[1]

---

① 《马克思恩格斯选集》，第1卷，人民出版社，1995年。

按照马克思主义的观点，人是“一切社会关系的总和”；而在这一切总和的“社会关系”之中，人们生产活动中所形成的生产关系则是最根本的关系，是其他关系的基础。人们在生产活动中所形成的这种生产关系在阶级社会中表现为阶级关系，奴隶主与奴隶、封建地主与农民、资本家与工人，每个历史时代的社会成员都或者属于这个阶级，或者属于那个阶级。这些对立的阶级同居于一个社会，彼此具有不同的经济利益和政治利益，并为这种经济和政治利益展开了激烈的斗争。所以，所谓有理性的那个“人”并不是一个抽象的“类”，而是历史的、现实的、阶级的人。

人既如此，人的理性也不能例外。“理性”这个词在某些思想家那里仿佛只是指谓天赋的情感和思维能力，但这是不正确的。理性固然以情感和思维能力为基础，但在实践上它总是和这种能力的全部结果相联系，并且只有通过它的全部结果才能表现出来。这些结果就是宗教、哲学、道德、法律、文学和艺术等等社会观念。正是这些社会观念在反映和适应资产阶级愿望的时候便被资产阶级自由主义思想家称为“理性”，并且以为其中包含着永恒的正义和永恒的真理。但是在马克思主义看来，这些社会观念只是“社会意识”或“意识形态”，它取决于社会经济基础，是一定社会经济基础在社会意识形态领域中的反映。因此恩格斯在《反杜林论》一书中指出：启蒙哲学、启蒙运动中的理性及其追求，不是别的，“不过是资产阶级的理想化的王国；永恒的正义在资产阶级司法中得到实现；平等归结为法律面前的资产阶级平等；被宣布为最主要的人权之一的是资产阶级所有权；而理性的国家、卢梭的‘社会契约’在实践上表现为而且也只能表现为资产阶级的民主共和国。”由此表明：“18 世纪的伟大思想家们，也和他们的一切先驱者一样，没有能够超越他们自己时代所给予他们的限制。”①

既然在理论上和现实上都不存在脱离社会关系的抽象的人，因而也不存在超越时空局限的空洞理性；更直截了当地说，既然自由主义思想家们引为前提的哲学上的人归根到底不过是一定历史时代、一定阶级的人，具体地说是资本主义上升时代的资产者；既然他们在哲学上所假定的理性归根到底不过是一定历史时代中的一定社会意识，具体地说是资产阶级的意识形态；那末，报刊自由主义理论所主张的“思想的

① 《马克思恩格斯选集》，第 3 卷，人民出版社，1995 年。

公开市场”在实践上只能是兜售资产阶级思想的市场;“自我修正过程”在实践上只能是资产阶级思想占领和垄断意识形态阵地的过程。因此,自由主义理论和报刊自由主义中的“新闻自由”概念的实质,在逻辑上和现实中必然是传播资产阶级意识形态并为资产阶级利益服务的新闻自由;新闻自由这个概念所呈现的普遍人权的表现,至多是一种理想主义的梦幻。

2. 关于契约国家的假定

国家是全体社会成员的契约组织,履行保护和保障全体社会成员天赋人权的职能。启蒙哲学家和启蒙思想家们的这个假定在反对封建专制国家的进步斗争中是具有巨大鼓动性和号召力的。但是,马克思主义对国家的本质抱着与资产阶级思想家们迥然不同的看法。恩格斯在《家庭、私有制和国家的起源》一书中说:“国家是社会一定发展阶段上的产物;国家表示:这个社会陷入了不可解决的自我矛盾,分裂为不可调和的对立面而又无力摆脱这些对立面。而为了使这些对立面,这些经济利益互相冲突的阶级,不致在无谓的斗争中把自己和社会消灭,就需要有一种表面的驾于社会之上的力量,这种力量应当缓和冲突,把冲突保持在‘秩序’的范围以内;这种从社会中产生但又自居于社会之上并且日益同社会脱离的力量,就是国家。”很显然,在这里恩格斯把国家看作是阶级矛盾和阶级斗争的产物,看作是一种强制性的统治工具,因而它的本质正是与普遍的自由权利相对立的;它总是保护和发展一部分人的自由,而剥夺和限制另一部分人的自由。

列宁在《国家与革命》一书中,阐述并发挥了恩格斯这个思想。列宁指出:“国家是阶级统治的机关,是一个阶级压迫另一个阶级的机关,是建立一种秩序,来使这种压迫合法化、固定化,使阶级冲突得到缓和。”[①]列宁这个论断不仅符合奴隶国家和封建国家的实质,同样也符合资产阶级国家的实质。因此列宁合乎逻辑地断言:“还有国家的时候就不会有自由,有了自由就不会有国家。”[②]列宁这个论断不太中听,但却十分简洁地说明了在马克思主义学说中国家的本质与自由的本质之间的不可调和性,意味着自由——这里指的是全民的、普遍的自由——只能有待于阶级的消灭和国家的消亡。在这之前,任何国家制度下的自由都是属于统治阶级的自由,思想和言论自由、新闻和出版自由也不

①② 列宁:《国家与革命》,人民出版社,1958年。

能例外。

四、报刊自由主义的新闻自由是资本的无上特权

当然，封建主义国家不同于奴隶主义国家，资本主义国家同样不同于封建主义国家。就资本主义国家来说，在它的统治之下的自由——包括思想言论和新闻出版自由比封建专制国家统治之下要多一些或多得多，这也是一般的客观事实。但是所有的资本主义国家的政治历史和报刊历史证明，作为资产阶级统治工具的国家所保护和保障的自由——这里集中讲新闻出版自由——归根到底只是资产阶级的自由。

总之，传播自由，包括言论自由和出版自由，是资产阶级的理论先驱和启蒙思想家为反对封建专制主义和宗教蒙昧主义而提出的，它适应了资产阶级登上政治舞台后的政治需要，也是资产阶级所推行的自由经济和市场经济的需要，在当时是进步的和革命的。资产阶级传播自由的理论和道德观念在很大程度上大大推动了传播事业的发展，特别是促进了新闻传播事业的发展，使传播事业，特别是新闻传播事业成为现代最活跃、最具竞争力的经济产业。可以说，虽然西方传播思想的理论缺陷十分明显，但仍对西方传播业的发展起到了至关重要的作用，特别是17世纪末到18世纪的资产阶级革命以后，西方国家进入了政党报刊时期，现代西方新闻传播事业进入成熟期，并从政党报刊发展到大众化报纸。

第二节　现代中国人最初的传播思想

中国最早的现代报刊一般都是西方人创办，他们的目的是传播宗教的思想。米怜在《基督教在华最初十年之回顾》一书中谈到中国第一张新闻报纸《察世俗每月统记传》的办报思想时说：“该刊的根本目的是阐扬宗教，其余的一切相对而言都是附属的。”在《察世俗每月统记传》创刊序言中也指出，该刊所传播的“最大是神理，其次人道，又次国俗”。郭士立在谈到1833年8月创办的《东西洋考每月统记传》时也指出，“这个月刊是为保护广州和澳门的全体外人的利益而创办的，其目的在

士使中国人了解我们的技艺、科学以及道义，从而打消他们高傲排外的观念。”鸦片战争以后，在中国的传教士报刊更为明确地强调“开民智”、“广见闻”的作用，从而减少了传播宗教的目的。

外国在华传教士办报思想在中国知识分子中产生很大的影响，特别是那些渴望中国进步的知识分子从西方的传播思想中得到了启发，一方面按外国人办报思想去从事办报活动，另一方面也透过报刊大力传播西方办报思想。

一、王韬的传播思想

王韬出身于封建书香门第，先受雇于外国人做编辑工作，其后翻译西方学术著作，1874年创办《循环日报》。作为有维新思想的知识分子，王韬认为办报的目的便是“日报立言，义切尊王，纪事载笔，情殷敌忾，强中以攘外，诹远以师长，区区素志，如是而已。”[①]。王韬十分赞赏西方报刊“辩论其是非，折衷其曲直”的言论自由观念，认为报纸要“指陈时事，无所忌讳”，目的是“名直陈时事，举其利弊，不过欲当局采择之而已”，“言之者无罪，闻之者足以戒。”[②]他一方面赞赏西方报刊言论自由的做法，另一方面又引证典籍，说明言论自由乃中国先人就发明了。虽然言论自由即使在西方也只是相对的，中国的先贤先哲和帝王也从没有现代言论自由的理念，但对于一个渴望用现代智慧救中国的知识分子来说，也确是难能可贵的。可以认为他是中国第一个提出报刊言论自由思想的人。徐培汀、裘正义先生在《中国新闻传播学说史》中认为，王韬不仅是中国“第一个提出报刊言论自由思想”的人，也是“具有专门办报思想的第一人”，而且对报纸功能有系统的认识。对此，徐、裘两先生归纳了四条：一是“民隐得以上达”，二是“君惠得以下逮”，三是“达内事于外”，四是“通外情于内”。

二、郑观应的传播思想

郑观应是积极从事洋务活动的资本家，他的传播思想主要反映在《盛世危言》的“日报”篇中。他十分推崇西方议会政治，积极介绍西方报业发展状况，建议政府创办各种报刊，以推动民主政治。他说：“议院

---

① 康有为：《上清帝第四书》。
② 梁启超：《康有为传》。

者，公议政事之院也，集众思，广众益，用人行政，一秉至公。……每有举措，询谋佥同，民以为不便者不必行，民以为不可者不得强"，"故泰西政事举国咸知，所以通上下之情，期措施之善也。"要做到"民隐悉通，民情悉达"，就得从政体上设议会，传播上办日报，因为"日报与议院，公议如秉炬。"可见他把报纸提到民主政治的高度来认识。

中国古代先贤先哲就有许多对传播者严格要求的理论，但提出报纸自律的，郑观应是第一人。他说："日本无都不有日报馆，唯禁报馆妄言，以肃观听"，"中国现无报律，而报馆主笔良莠不一。"他甚至把外国人的报律译出来转至皇帝。

郑观应对报纸的社会功用也有很深刻的认识。他说："如欲变法自强，宜令国中各省、各府、各州、各县设报馆"，"报馆之设其益甚多，约而举之，厥有数事：各省水旱灾区远隔，不免置之。……自报纸风传，而灾民流离困苦情形，宛然心目，于是施衣捐赈，源源接注，得保孑遗，此有功于救荒也。作奸犯科者明正典刑，报纸中历历详述，见之者胆落气沮，不敢恣意横行，而反侧渐平，闾阎安枕，此有功于除暴也。士君子读书立品，尤贵通达时务，卓为有用之才，自有日报，足不逾户庭而周知天下，一旦假我斧柯，不致毫无把握，此有功于学业也。其余有益于国计、民情、边防、商务者，更仆数之未易终也。"[①]郑观应还建议创办外文报纸，还不平之事，据理与争，共评曲直。

三、康有为的传播思想

康有为是我国资产阶级革命家，也是创办我国资产阶级报刊的先驱。他不仅有较为深刻的资产阶级新闻思想，一生中很大一部分时间都在从事新闻工作，是以报刊为阵地传播思想的政治家。他的传播思想主要是报刊思想，散见于书信、奏折、发刊词中。

康有为作为维新变法运动的领袖，在百日维新期间，奏请清皇改《时务报》为《时务官报》，成立官报局管理各省报馆，由他的学生梁启超主管《时务官报》，以统一全国思想。他主张舆论一律，对上"以启沃圣听，发扬耳目"，对下"以崇国体，广民智。"[②]可见，康有为把办官报作为管理国家的主要方法，反映出他的忠君思想和办政治报纸的主张。

---

① 转引自徐培汀、裘正义《中国新闻传播学说史》，重庆出版社，1998年。

② 梁启超：《在报界欢迎会演说辞》。

公车上书失败后，康有为萌生办政党报刊的想法，并和其弟子梁启超在北京创办《万国公报》，仅从报名可以看出康有为气度不凡。他以《万国公报》为阵地，宣传政党思想，为组建政党作舆论准备。1895年，他亲自起草强学会章程，把"刊布报纸"作为强学会的四大任务之一，报刊则一方面宣传强学会的宗旨，另一方面报道"会中事务"。他在为国民宪政会草拟章程时，又要求"党中各报，皆布先保皇会先政新会名会章之事，以公众听，而慰众望。"①

康有为作为一名忠君忠国的政治家，十分懂得传播事业的重要性。他强调报刊作为国家机器一部分的宣传功能，主张用报刊控制和引导社会舆论，特别是鉴于他在变法维新中的失败，报刊屡被围剿的切身体会，提出制定法律以保障传播自由。他在《请定中国报律折》中指出："唯是当开新守旧并之相轧之时，是非黑白未有定论。臣以疏逖卑微，忧时迫切，昌言变法，久为守旧者所娼嫉，诽议纷纭。……然他日或有深文罗织，诬以颠倒混淆之罪，臣岂能当此重咎。""臣查西国律例中，皆有报律一门，可否由臣将其节译出，凡报律中所载，如何为合例，如何为不合例，酌采外国通行之法，参以中国情形，定为中国报律。"②康有为的奏折为光绪获准，并令康有为负责拟中国报律，但因变法失败而流产。

康有为作为著名的政治家，他提出的有关报刊的一系列主张，涉及办官报和党报的思想、制定法律的思想、新闻控制的思想及传播的社会功能的认识，贯穿了资产阶级传播观念，也是我国从古到近代第一个系统提出报刊思想的人。

四、梁启超的传播思想

梁启超是清末民国初著名政治活动家、新闻理论家和学者，他一生办报刊17种之多，著书立说千余万言，在维新运动中发挥了巨大作用，社会影响重大。他从随老师康有为参加维新运动开始，到沦为保皇派，虽政治面目复杂，但其作为一名著名政治活动家，他"变法蒙难，任维新之先党；倒袁讨张，成革命之先勋"；作为一名学者，他"为先哲后哲续千灯，学通古今中外，言满天下，名满天下"；作为一名报人和宣传家，他"开中国风气之先，文化革命，论功不在孙黄后"。他的传播思想在中国

① 梁启超：《国风报叙例》。
② 引自《康有为政论集》上册。

近现代传播史上有其独特的地位，其新闻思想立意之新、涉及面之系统史无前例。

梁启超早期随康有为在北京参与维新运动的组织和宣传工作，参加创办了强学会机关报——《中外纪闻》，强学会被封后，他又去上海创办《时务报》，出版仅几个月，发行数达17 000余份，创下了中国有史以来报刊发行的最高纪录。"举国趋之，如饮狂泉"。梁启超关于传播的理论尤其是关于新闻传播的理论也主要发表在《时务报》上，第一篇新闻专论就是著名的《论报馆有益于国事》。

关于报刊的社会地位和使命，梁启超认为报刊有助耳目"去塞求通"的作用。他说："觇国之强弱，则于其通塞而已。……上下不通，故无宣德达情之效，而舞文之吏，因缘为奸；内外不通，故无知己知彼之能，而守旧之儒，乃鼓其舌。中国受侮数十年，坐此焉耳。"解决问题的办法是什么呢？"去塞求通，厥道非一，而报馆其导端也。""无耳目无喉舌，是曰废疾。……其有助耳目喉舌之用，而起天下之废疾者，则报馆之为也。"[1]因此他坚持把报刊当成"为国民之耳目、作维新之喉舌。"[2]查史料，梁启超可能是第一位将报刊类比为耳目喉舌的学者，这一理论甚至在今天仍被使用和实践着。

张昆教授在《传播观念的历史考察》一书中认为，梁启超关于新闻传播的功能有五点：一是造舆论，报纸通过制造舆论、代表舆论，监督政府，争取社会支持；二是开民智，担任文明开化的先导；三是兴民权，通过报纸，实现言论自由、出版自由；四是合民力，团结国民，扩展努力；五是陶民德，报道内容广罗政学理论，以为智育之原本。当然，梁启超的关于报纸制造舆论的功能应予质疑。舆论是民意，不是报纸造出来的[3]。

那么，报馆怎样才能"去塞求通"，"有益于国事"呢？他对报刊传播内容提出了四条准则：

一是"广译五洲近事，则阅者知全地大局与其强盛弱亡之故，而不至夜郎自大，坐眢井以议天地矣"；

二是"详录各省新政，则阅者知新法之实有利益，及任事人之艰难

---

① 转引自方汉奇主编：《中国新闻事业通史》（第一卷），中国人民大学出版社，1992年。

② 梁启超：《饮冰室合集·文集》第二册第一卷。

③ 张昆：《传播观念的历史考察》，武汉大学出版社，1997年。

经画与其宗旨所在，而阻挠者或希矣"；

三是"博搜交涉要案，则阅者知国体不立，受人漫辱，律法不讲，为人愚弄，可以分励新学，思洗前耻矣"；

四是"旁载政治学艺要书，则阅者知一切实学源派门经与其日新月异之迹，而不至抱八股八韵考据词章之学，枵然自大矣。"他认为，如果这样，就会"风气渐开，百废渐举，国体渐立，人材渐出"。

梁启超十分强调文风，开创了影响一代人的"时务文体"。他认为，报纸的语言应接近民众，通俗易懂，灵活自由，力戒"文义太赜"，令人费解，更排斥浮华文字。由于他办报的文字浅显活泼，使得报纸宣传取得很大的成功。

自然，梁启超的传播思想中也有值得商榷的一面。他的关于大造舆论的观点显然有悖报纸的功能和规律，他夸大党报的作用，夸大宣传的作用，把报纸作为党和政府喉舌对待，也影响了报纸的多元功能。他的这些观点甚至一直影响到今天。

维新失败后，梁启超逃到日本，创办了《清议报》，后办《新民丛报》，走到了他办报刊的顶峰。这时期，梁启超作为历经文场的老报人和政治活动家对报纸又有了许多新的认识。他在《敬告我同业诸君》①中说："报馆有两大天职：一曰对于政府而为其监督者；二曰对于国民而为其向导者"，"报馆者，作世界之动力，养普通之人物者也。"他早期提出大造舆论的观点，现时，他对舆论已有较深认识。他说："夫舆论者何？多数人意见之公表于外者也"，"舆论者，天地间最大之势力，未有能御者也。"他还提出了健全、不健全，亦即积极舆论、消极舆论的概念。这种对舆论的解释与现代舆论概念几乎没有区别。

五、谭嗣同的传播思想

谭嗣同是维新运动的著名领袖，他与唐才常等人一起办《湘学报》，传播维新思想，鼓吹新政。他的传播思想主要反映在《湘报后叙》中。在阐述关于办《湘报》的指导思想时，首次提出了报纸是"民史"和"民口"的思想，这种思想比起梁启超提出的"去塞求通"和喉舌思想有很大的进步。谭嗣同说："报纸，即民史也。彼夫二十四家之撰述，宁不烂

---

① 《新民丛报》，1902年。

焉，极其指归，要不过一姓之谱牒焉耳。于民之生业，靡得而详也；于民之教法，靡得而纪也；于民通商惠工务材训农之章程，靡得而毕录也。而徒专笔削一己之私，滥褒诛于兴亡之后，直笔既压累而无以伸，旧闻遂放失而莫之恤，谥之曰官书，官书良可悼也。不有报纸以彰民史，其将长此汶汶暗以穷天，而终古为喑哑之民乎！"他更指出："人与禽兽灵愚之比例，人之所以能喻者志兴事以显其灵，而万过于禽兽，以其能言耳，而喑之，而哑之，其去禽兽几何矣。呜呼！'防民之口，甚于防川'，此周之所以亡也；'不毁乡校'，此郑之所以安也；导之使言，谁毁谁誉，此三代之所以直道而行也。吾见《湘报》之出，敢以为乡民庆，曰：诸君复何忧乎？国有口矣。"谭嗣同对报纸作为"民口"反映民意，认识极为深刻，他认为报纸是传播知识的最好工具，"日日……阐新理，纪新事"。

六、章太炎的传播思想

章太炎是我国近代著名的政治家、思想家和革命家。早年投身维新运动，盖因同康、梁的分歧，而后创办报纸，从事报刊活动，报刊思想受西方影响较深。

章太炎认为报纸有两大作用，一是教化作用，二是劝谏作用。他说："夫报章者，诚史官之友与余裔也。""上说下教，古者职之揮人，而今为报章之属。"他对封建专制限制言论自由和"文字狱"极为气愤，坚决地指出："言论自由、出版自由，文明国法律皆然，贵国亦然，我何罪？"1912年，南京临时政府内务部宣布在民国报律没有颁布之前，先实行《中华民国暂行报律》。为此，章太炎发表文章坚决反对，他认为孙中山政府实行的报律是对民主与舆论的遏制，目的是"钳制舆论"。在章太炎等进步人士的一致反对下，孙中山终于下令取消《暂行报律》，并指出："案言论自由，各国宪法所重，善从恶改，古人以为常师，自非专制淫威，从无过事摧抑者。该部所布《暂行报律》，虽出补偏救弊之苦心，实昧先后缓急之要序，使议者疑满清钳制舆论之恶政，复见于今，甚无谓也。"（《大总统令内务部取消暂行报律文》1912.3.9）[①]他同时对新闻道德也有很深的认识，反对"媚言"、"诡言"，主张"与记者约，事不可诬，论不可宕，近妇言者不可听，长乱略者不可从，毋以肤表形相而昧内情，毋

① 曾虚白：《中国新闻史》，台湾，三民书局，1966年。

以法理虚言而蔽事实，毋以众情踊动而失监裁"①。

在关于报纸的地位、政党宣传等方面，章太炎同康、梁等一批资产阶级政治家的观点一致或相近。

第三节　中国马克思主义政治活动家的传播观

中国从19世纪初进入近代报刊时期，到20世纪，传播事业已经有了很大的发展。这一时期传播事业的最大特点是：报刊大量涌现，传统的官方报刊被打破，政党报刊、民间报刊和同人报刊纷纷出现，传播媒介不再为统治阶级垄断，传播思想也渐具现代的观念，特别是传统的政治上唯我独尊、经济上自我封闭、文化上自我陶醉的状况开始改变，西方文化观念在其军舰和大炮的"推动"下，入侵中国，中国人鄙视"夷人"、敌视西方的心态渐渐变为"中学为体，西学为用"的实用主义观点，西方传播观念随着报刊的发展及在中国的传播，逐步为中国人所接受。

20世纪初，无产阶级开始登上政治舞台，无产阶级的先锋队组织中国共产党的先驱开始了报刊传播活动，无产阶级新闻事业呈现萌芽。

一、李大钊的传播思想

李大钊是我国共产主义运动的先驱者，早期的马克思主义者，他作为一名著名的政治家，在革命实践活动中，参与创办和编辑了多种报刊，并以报刊为阵地，传播马克思主义。他的新闻观、传播观最早也最完整地体现了我国无产阶级早期的传播思想。

徐培汀、裘正义教授在《中国新闻传播学说史》（重庆出版社，1998年）中认为，李大钊的新闻思想和传播观主要体现在六个方面，其中关于报纸的使命和言论自由最为精彩。

关于报纸的使命。1916年8月15日，李大钊在为《晨钟报》写的发刊词中，提出报纸以"青春中华之创造为唯一使命"。李大钊认为，

---

① 《新纪元报》发刊辞，1912年2月《新纪元报》。

"今者，白发之中华垂亡，青春之中华未孕"，"盖青年者，国家之魂。《晨钟》者，青年之友"，"《晨钟》所以效命于胎孕青春中华之青年之前者，不在惜恋龙钟就木之中华，而在欢迎呱呱坠地之中华。"言论为报纸的灵魂，李大钊主张"持真理以发言立义之气"，"苟其言之确合于真理，虽一时之社会不听吾说，且至不容吾身，吾为爱真理之故，而不敢有所逡巡嗫嚅以迎附此社会；苟其言之确背乎真理，虽一时之社会欢迎吾说，而并重视吾身，吾为爱真理之故，而不敢有所附和唯阿，以趋承此社会。"言论怎样才能够确合于真理？"一在查事之精，一在推论之正"；二者之中"尤以据乎事实为要"。

关于思想言论自由。李大钊认为，"思想自由与言论自由，都是为保障人生达于光明与真实的境界而设的。"对当时的北洋军阀乱捕记者、乱封报社的现象，李大钊认为这是违反民元约法，"约法上明明有言论自由，可是记者可以随便被捕，报馆可以随便被封。""你要禁止他，他的力量便跟着你的禁止越发强大，你怎样禁止他、制抑他、绝灭他、摧残他，他便怎样生存、发展、传播、滋荣，因为思想的性质力量，本来如此。我奉劝禁遏言论、思想自由的注意，要利用言论自由来破坏危险思想，不要借口危险思想来禁止言论自由。"

李大钊的传播思想，尤其是新闻传播观，在我国现代传播思想史上有极重要的地位。

二、邹韬奋的传播思想

邹韬奋是著名出版家、政论家，杰出的新闻记者。他从一名爱国的小资产阶级知识分子变成马克思主义的信仰者和社会主义的新闻工作者，他的千万言文字记录了他一生的理想和追求。

早在他主编《生活》周刊时，他就指出："我们办这个周刊不是替任何个人培植势力，不是替任何机关培植势力，是要借此机会尽我们的心力为社会服务。"[1]他说自己不想做什么大人物，不想做什么名人，而是完全以民众的福利为前提，他办的是为大众所爱读，为大众作喉舌的刊物。他的人民报刊思想指导着他的报刊活动实践，体现着中国共产党早期的传播思想。

---

① 《生活》周刊第1卷第1期。

三、张友渔的传播思想

张友渔是中国首位用马克思主义的观点系统研究中国传播事业，特别是研究新闻事业的中国共产党人。他一生中有关新闻的专论有近三十余篇文章，内容涉及新闻传播理论、新闻政策、新闻事业管理等方面，特别是他的《新闻之理论与现象》，集中反映了他的新闻传播思想，反映了中国共产党有关新闻与传播的思想。

张友渔认为新闻事业是阶级斗争的工具。他认为："新闻是社会的一现象，是社会意识的一表现"，在阶级斗争的社会里，所谓新闻，不外是阶级对立在人类社会中之阶级斗争的武器，即"压迫阶级，用新闻维持他的支配地位，被压迫阶级，用新闻反抗压迫阶级，还有同一阶级，在分解过程中有时也用新闻互相攻击。"①新闻是阶级斗争的武器，"即支配阶级对于被支配阶级在暴力统制之外，又借新闻来实行的一种思想的统制；同时，被支配阶级，也在暴力的反抗之外，常拿新闻来做一种反抗的工具。"②张友渔关于新闻是阶级斗争之武器的论断虽是一家之言，且不甚科学，甚至有失偏颇，因为它有悖于新闻学作为一门学科的原理，但该理论一直影响着中国的新闻事业。

张友渔认为报纸是政治统治工具。他认为，所有报纸都是"机关报"，不愿意承认自己的报纸是机关报的，"实则，还不外是资产阶级的'机关报'。"报纸，原为政治斗争即阶级斗争的武器。根据这个理论，他认为西方资产阶级报纸，表面上看是一种商品，但在关键时刻，"仍然要露出它的政治的统治的工具的本性"，因此，任何一个国家，报纸都是"机关报"，是政治上的"统治工具，也即是统治思想的工具"，"任何报纸对于政治不是中立或超然的"③。

张友渔关于新闻是阶级斗争的工具的观点基本上有三个来源：

一是受封建文化思想的影响。中国作为一个中央集权制国家已有几千年的历史，对言论的控制历来是严苛的。宋及宋之前的秦汉，报刊及出版物只有官方才有，民间是不可能有的。秦始皇焚书坑儒，武帝独尊儒术，罢黜百家，集中反映中国传统文化关于言论自由的消极意识。

---

① 《新闻的性质和任务》，1933年11月13日，1936年，太原中外语文学会。

② 《论统制新闻》，1934年5月，1936年，太原中外语文学会。

③ 《政治与报纸》，1931年，1936年，太原中外语文学会。

清朝虽有出版法令，但根本目的仍是限制言论的自由，乾隆时代就是例子，与历代统治阶级的严禁并无二致。张友渔当然无法不打上封建统治文化的思想印记。

二是受当时环境的影响。张友渔所处的时代是抗战时期，光明与黑暗在激烈的搏斗，他把新闻传播看成当时政治斗争、阶级斗争的工具是情理之中的，他的思想适应了所在阶级从事阶级斗争的需要，同时在激烈的阶级斗争中，在黑暗的时代，他的目标较为集中，视野较为狭窄也是必然的，他没有条件对新闻的科学规律作更深层次的探索。

三是受列宁思想的影响。列宁早在20世纪初即1900年就明确提出无产阶级报纸要宣传马克思主义的理论，"报纸应当成为各个党组织的机关报"，是"联系劳动群众并把他们团结在党和苏维埃政权周围的工具"。中国早期的马克思主义者对列宁的思想是全部接受的。

中　篇

传播学理论在中国的早期传播及命运

第四章

传播学理论在中国的早期传播

传播学理论研究始于10年代的西方，成熟于六七十年代。那时，中国正经历光明与黑暗的激烈斗争，民族危亡在即，中国全民族投入到反抗外来侵略的斗争中，中国人没有条件去研究传播学理论。1949年以来，由于诸多复杂的原因，中国人与西方几乎隔绝，新闻学理论较多地受苏联新闻学理论的影响。文化大革命中，只有极"左"的政治喧闹，真正的新闻学、传播学理论研究实际上已完全停顿，新闻学者有的受批判，有的在劳改，少数学者被迫为极"左"路线寻找理论根据。1978年，中国决定实行改革开放的政策，传播学的理论才被提到学者们面前。虽然以后的20多年里，新闻学和传播学研究屡受某些不应有的压力和否定，新闻改革一波三折，但中国的传播学研究还是取得了巨大的成绩，出版了数百部理论研究著作和教材，研究队伍迅速壮大，从数人发展到百余人，国务院和国家教委将传播学列为二级学科，传播学的地位冲破批判的声音而得以确立。近年来，虽然传播学研究现状并不令人满意，但中国传播学研究终于开始了自己的历程。

第一节　传播学的基本理论

传播学首先产生在美国，但传播学的产生不是偶然事件，而是有广泛的国际背景。

一、传播学产生的社会背景

"传播学渊源于欧洲，诞生在美国，随之流向美洲，传到欧洲，进入亚洲。"[1]其渊源于欧洲，大约一是讲传播学的欧洲文化背景和传播学者的欧洲文化背景，二是讲欧洲的批判学派在传播学发展中的地位与作用。一般讲，传播学的产生主要是五个方面的背景。

一是欧洲和美国19世纪下半叶发展起来的社会学、新闻学、心理学、人类学以及政治学等为传播学的产生提供了人文学科条件，特别是新闻学，产生于19世纪的德国，到本世纪30年代基本成熟。这些人文学科在对新闻传播学的基本规律的认识方面起到推动和诱发的作用，人文学者有可能从各个不同学科的侧面研究传播学。例如在传播学发展中起到重要作用的几位先驱，哈罗德·拉斯韦尔（Harold Lasswell，1902—1977）就有行为科学的达尔文之称。他是政治学家和社会心理学家，他在传播学土地上的耕耘是从宣传的影响研究开始的，并首次提出了"大众传播"的概念。他提出传播过程中的"谁？说什么？通过什么渠道？对谁说？有什么效果？"至今仍被认为是解释传播学要素最权威的定式，并因此引申出"控制分析、内容分析、媒介分析、受众分析和效果分析"的五个大的研究方面，这些至今还是传播学研究最权威的命题。保罗·拉扎斯菲尔德（Paul Lzarsfeld，1904—1971）是美国著名的社会学家，他开创传播学定量研究的先河，特别在研究改变态度的理论方面为传播学研究传播的社会效果提供了一整套的测量方法。卢温·库尔特（Kurt Lewin）和卡尔·霍夫兰（Carl Hovland，1912—1961）则分别提出守门人理论和劝服理论。施拉姆（Wilbur Schanm，1907—1987）则突破传统的新闻学研究，他把新闻传播置于传播学这一更为广阔的情景中进行考察，为传播学勾勒出了完整的发展蓝图，并推动传播学的成长，使其成为一个崭新的学科。

二是科学技术的发展为传播学的产生奠定了技术基础。第二次世界大战时美国发了财，战后，美国的经济和科技突飞猛进，使传播媒介得到极大的发展。报业的发展，广播和电视的问世，催生了传播学。这是因为传播媒介的迅速普及特别是新媒介的普及不仅改变了传统媒介的传播结构，使传播在时间和空间上发生了变化，同时也因为传播媒介

[1] 邵培仁：《传播学》，第19页，高等教育出版社，2000年。

的普及及传播内容的变化，带来了许多亟待解决和回答的问题。如现代传播媒介同传统传播媒介的关系问题，传播对社会和人的影响问题，社会对传播的影响和控制问题，传播结构问题。有些问题已经十分突出，急需研究，如媒介暴力问题，电视中的色情问题。以关怀社会为己任的人文学者开始了对传播媒介的调查和研究，传播学研究终于开始了自己的学术历程。

三是传播学适应了政治和战争的需要 传播学的研究最早可以追溯到20世纪30年代初，那时盖洛普成立了民意测验所，预测总统选举过程中，选民投票意向及美国人民对重大事件的态度。第二次世界大战中，美国的政治家、社会学家和心理学家以战争宣传为研究的突破口，对媒介的宣传方法和宣传效果进行了大量的研究，在关于开展心理作战方面取得了巨大的成果。

四是传播学适应了美国对外开展商业竞争的需要。美国的传媒大多数为资本家所控制，用传播媒介去争取商业利益是西方传播媒介的重要功能。为追求商业利润而进行的竞争在传播媒介上的表现毫不逊色于其他商业活动，媒介之间争夺广告的斗争，商业领域利用传播媒介的广告进行的销售竞争几乎是白热化的。传播媒介利用广告去挣更多的钱，商业企业利用传播媒介推销产品。他们都要研究媒介的信度，研究广告的效力、研究消费心理，研究自身的发展。总之，媒介与金钱结下了不解之缘。

五是传播学适应了资本主义国家宣扬资本主义文化的需要。所有的西方国家都利用传播媒介尤其是新闻媒介，宣扬资产阶级生活方式，包括西方的社会规范和价值观念。从"唐老鸭"到"泰坦尼克"，美国的传播学者为此花费了大量心力。美国国家控制的"美国之音"更是直接地为美国政治服务。关于西方传播媒介如何为西方利益服务，只要看一下科索沃战争中的西方宣传机器就一目了然。美国的官方也不得不承认，美国的宣传机器是美国军事行动的一部分。

二、西方传播学的理论体系

经过50多年的发展，西方传播已初步形成了自己的理论体系，它包括方法论、一般理论和分支理论。

1. 传播学的方法论

传播学的方法论，就是信息论、控制论和系统论以及社会学家米德

创立的象征互动论。控制论和系统论作为本世纪出现的新的哲学思想体系，不仅对传播学有方法论意义，甚至对整个人文科学的研究都具有同样的作用。信息论、控制论和系统论以及象征互动论作为传播学研究的基础理论，不仅是由于传播学借用了系统论、信息论和控制论的理论模式，同时是由于系统论、信息论和控制论是以研究人类社会信息交流的规律为对象的传播学的理论基础，香农的信息传播模式、维纳的信息反馈模式，贯串了整个传播过程和传播领域的研究过程。但也有一定的局限性，它能解决许多传播学研究的理论问题，却无法解决由于传播带来的许多社会问题，如“传播和社会规范”及“人的动机”这两个问题。这说明传播学的方法论还有待进一步完善。

2. 传播学的一般理论

传播学的一般理论是一般传播规律的总结，它涉及信息的理论、符号的理论、意义的理论、传播过程、传播效果、反馈理论、模式理论等方面，对整个传播具有普遍的实用性。

信息论对传播学一个突出的贡献在于它对信息下的定义。根据信息论，信息即为消除人们关于事物不确定性的符号形式。反言之，这个定义也有一定问题，即照此说来，不具有消除事物不确定性的符号形式不构成信息。但事实上事物含有的不确定性越多，信息量也越大。不管如何，信息论的这些定义给社会信息量的确定提供了科学方法，从而使传播学能够用来研究信息传播中的问题。

信息要传递必须有载体，载体就是符号。符号是一种象征系统，这就是说，符号不是事物本身，而是“指说”事物。如“钢笔”这个符号不是钢笔本身，而是指说钢笔的。语言符号是传播的最基本、最主要的信息载体。

意义问题是传播学的一个核心问题，人们常把“意义”和“符号”或“信息”混为一谈，从而在传播中发生误会，出现传而不通。符号意义的约定俗成是传播的先决条件。因为如果符号不包含某一社会群体的成员都能分享的意义，那么他们互相之间就无法进行传播和沟通，社会就无法维持。但个人的背景、经验范围、对符号意义的理解又有一定的差异。因此，传播不可能百分之百的沟通。从这个意义上讲，传播不是符号的传播，而是意义的传播。

传播必须具备三个基本条件：传播者、信息和受传者。传播不仅仅是传播者向受传者传递信息的单向过程，而是具有信息交流的双向性

质。这是因为传递者在发出信息后，总是根据受传者的反馈信息来调整自己的传播行为，以便取得最佳的传播效果。从表面看，受传者是被动的，但实际上，一方面，受传者有逆反的主动意向，另一方面以各种方式向传播者发出反馈信息。很清楚，传播者、受传者总是处在互动之中。因此，传播者、受传者的角色是相互转换的。传播中的受传者，在反馈信息时则是传播者。同理，传播中的传播者在反馈信息时则是受传者。

对传播效果的研究是传播学研究中越来越受到重视的方面，其目的是在探寻最佳的传播效果。为描述和解释各种各样情况下的传递效果，传播学家们提出了许多传播模式。

3. 传播学的分支理论

传播学的分支理论是关于大众传播、组织传播、人际传播、内向传播的理论。分支理论分属各个分支领域，但不是完全独立的，各个分支理论对其他领域的研究具有启发和借鉴的作用。

4. 传播学研究的意义与领域

人类之所以胜于其他物种，其主要原因之一就是它具有改进、发展和扩大自己的能力，从而推动人类自身的生物进化。人类在传播信息方面的确独具天赋。人类很早就认识到传播活动是社会活动和社会发展的动力，认识到传播能把知识、智慧和力量融合到一起，为改善自己的环境和条件服务。同时也最早关注如何使自己发出的信息收到更好的效果，从而设法改进对信息的传递能力和接收能力。从人类最初发出的一些最简单、来源于身体各部位的声音和手势到今日卫星传播图像、网络传播信息，就是这种改进的最好例证。但是，人类社会的发展并没有到此完结，而是发展节奏更快了。因此，人类在传播信息方面，还有着无限广阔的发展前途。若干世纪后，人类谈论历史上今日陈旧的传播方式时，就如同我们今天回忆人类历史上曾用体语传递信息一样，好奇而激动——漫长路途惊人的变化。从这个意义上说，研究传播学不仅是现实的需要，也是历史的需要和未来的需要。

传播学究竟研究什么？这的确是一个难题。一方面，传播学目前确有许多未解决的问题，并且人们对传播学的认识还有待发展。另一方面，如果我们退到历史的尽头去考察人类社会的全貌时，就会发现传播学的领域异常广阔，以至包括了人类社会的所有方面，似乎人类社会是一个传播的社会，只有传播才是真实的、可信的——人类的一切文化、制度，甚至人类本身都是传播的产物——没有一个学科包含如此广

泛的内容。

许多人类学家和社会学家把传播学视为文化的建筑材料，即是说文化是传播的产物，并且是传播的内容。这就得出了结论，传播就是人类之间思想感情的交流。其实，传播学关心的也仅仅是这一点——人类思想感情的交流——人类传播的行为。

既然传播学研究的是人的传播行为，研究传播学就必须关心各种信息对人的影响和影响方式，就必须关心这些信息赖以发出与接收的机制——人、集体（组织）及途径，就必须研究传播在社会中的地位、作用及其同政治、经济、文化、科学诸领域的关系，就必须研究传播的社会结构和社会制约，就必须研究传播者、受传者、媒介和信息反馈，就必须研究传播的社会功能和社会效果，就必须研究传播与宣传、传播与舆论、传播与新闻的关系，同时也必须研究传播学的研究方法，这些就是传播学的研究领域。

美国传播学家施拉姆是国际传播学界最有影响的人物。从20世纪10年代末到80年代的40多年里，他收集、整理、出版了几乎所有主要的传播学研究成果。也正是由于施拉姆是传播学研究的集大成者，他与新闻学术界的密切关系，以及他对大众传播研究作出的独特贡献，使一些人常常产生传播学＝大众传播学＝新闻学的错觉。事实上传播学包括的不仅是大众传播学，还包括其他诸如组织传播、人际传播以及人的内向传播等。

大众传播学以报纸、广播、电视、电影、书籍等大众传播媒介为自己的研究对象，它探讨的是信息大量"消费"的规律，诸如传播者的阶层性，受传者的大众性，传播内容的分享性，传播过程的双向性，信息反馈的不及时性，沟通的困难及传播层次的丰富性等，并由此提供的关于传播者的"二级传播理论"，关于传播效果的"枪弹论"、"皮下注射论"，关于传播功能的"设置议题"理论、"沉默的螺旋"理论、"劝服"理论等，都是对大众传播规律探讨的尝试。

组织传播是组织之间和组织成员之间的信息传播。把组织传播作为一个专门领域来研究，对保持组织的健全和稳定，协调组织成员之间的行为，提高管理和工作效率有着重要作用。许多传播学者提出的"决策理论"以及各种其他理论都是组织传播的研究成果。

人的内向传播主要是从信息的角度、从符号的习得和操纵，从意义的辨别和资料在人脑的储存等方面来探寻关于人的思维过程。

当然，认为传播学不是一门独立学科或尚未成熟为一门独立学科的也不乏其人。一部分人认为西方所说的"communication"译为"传播"实在勉强，因为在任何一本英文字典上，"communication"只有通信、交通、沟通、联络、交流的意思，而无"传播"的意思。但无论如何，"communication"仍有"传播"的含义，并且这种译法由来已久，被大多数人所接受。由此类推，"mass communication"则译作"大众传播"，"the personal communication"则译作人际传播（personal 具"个人"的意思）。

也有人提出，"communication"译为"传播学"也不妥，因它缺少像一般科学名词那样的词尾。究竟有没有传播学，不能仅仅从形式上看，词典不是根据，没有的词人们可创造出来，不断丰富的词典就是人们在实际生活中源源不断地创造出来的。传播学能否成为一个学科或是否已是一个学科主要应从其理论基础、范畴、研究对象、研究方法等方面去分析。当然，施拉姆在几十年前也曾说过，传播学还没有成为一个学科。但施拉姆没有说传播学不能成为一个学科，况且历史又前进了几十年呢！

三、批判学派

一般讲传播学，主要指美国传统的传播学理论，容易忽视批判学派，这是很不完全的。当然，西方社会学术流派层出不穷，理论多姿多彩。但无论如何，批判学派是西方传播学中最重要的概念。美国著名传播学者埃弗雷特 M·罗杰斯对批判学派作过较完整的描述[①]。

美国的传播研究部分是出于芝加哥社会学派，美国其他的社会科学如库特·莱文的心理学和哈罗德·拉斯威尔的政治学也一样出于该派。欧洲的传播研究是在法兰克福学派和其他社会科学机构研究的基础上发展起来的。1923 年成立的社会研究所（Institute of Social Research）是以批判的方法和以马克思主义的方法进行社会研究的中心。这个研究所附属于法兰克福大学，其所长曾被任命为法兰克福大学的教授。1931 年该所开始招聘德国和奥地利的杰出学者。该所主要人物大多数来自犹太人家庭。他们用马克思主义的方法研究社会。

1933 年希特勒上台后，法兰克福成了马克思主义的犹太人不能居

---

① 见张黎：《传播学研究中的经验学派和批判学派（原载《新闻学刊》，1988 年第 1 期。

留的地方。1934年，社会研究所迁移到日内瓦，一年之后，又迁移到纽约，附属于哥伦比亚大学，直到1949年才又回到法兰克福。

法兰克福社会研究所在美国的逗留使美国的社会科学和科学的哲学渐渐和批判学派相结合，而美国的经验学派的研究也在1949年该所离开纽约回到德国重新附属于法兰克福大学时被介绍到了德国。经验主义的研究方法渐渐地引起欧洲人的注意，部分原因是出于法兰克福学派的教学，但主要原因是欧洲人和美国人的各种接触。今天，大多数欧洲传播学者使用经验和批判相结合的方法，可能较多强调的是批判的方面。

虽然法兰克福学派的著名人物已先后去世或离去，但法兰克福派的影响仍在继续，特别是在欧洲。目前批判学派的领袖人物是裘根·海伯马斯，他想重建一种系统的批判理论，以发展成为一种社会的理论，目的是使人们从被统治的情况下得到自我解放。海伯马斯实际上是在提倡一种社会的传播理论。对此，传播学者应加以注意。

早期批判学者研究的主要是"谁控制传播""为什么人的利益"，在批判学者中，对媒介所有权的关心一直继续到现在，也许可以说，批判学者今天关心的主要问题是"为什么"或"为什么不"，而经验学者关心的则是"怎么"和"多少"。

法兰克福学派研究的主要是资本主义社会中大众媒介在社会中的作用，重点放在传播的社会—政治—经济方面，认为传播的学术领域同社会科学其他领域的研究是不可分割的。批判学者认为经验学者过分强调传播本身，而忽视产生传播行为的整体的背景，认为忽视这种背景就是严重地歪曲了传播的实际情况；因为这类计量研究设计的调查和实验都是个别的、微观的，因此不能说明多少社会的因素。

内容分析是批判学派和经验学派都采用的研究方法。但用法很不一样。经验学派用内容分析法把内容分类为计量的资料，然后加以分析来检验某些设想，批判学者则不怎么重视计量而更注意符号学，其研究目的常常是揭露信息制作者所假设的目的。

这方面的一个例子是道夫曼和麦特拉特1971年发表的《怎样阅读唐老鸭？》一文。他们对发表在拉丁美洲报刊上的连环漫画《唐老鸭》进行了内容分析，说明其中有一些狡猾的题材是美帝国主义用来影响发展中国家的，研究者证明这样的题材可能对读者产生影响。与此相对，经验学者证明假设的效果时，通常是非常谨慎的。因为他们相信大多

数大众媒介的信息没有太大的影响作用，所以关于内容的分析资料不等于效果。批判学者经常进行内容分析，其目的不是推论这些内容对群众的影响，而是推论信息制作者的问题。道夫曼和麦特拉特对连环画《唐老鸭》进行内容分析，是为了证明华尔特·迪斯尼公司及其工作人员的帝国主义动机。

四、经验学派和批判学派的态度对照

经验学派强调研究传播对受众的影响。他们进行内容分析，是为了了解这种影响。

批判学派则强调了解传播体系的控制问题。他们进行内容分析，是为了对媒介机构进行论断。如果经验学派和批判学者能把他们的研究方法结合起来，就可以互相得益。但在目前的传播研究中，兼用多种方法进行的研究很少。

总之，批判学派在本质上是强调哲学的。它集中研究传播的广泛社会结构，关心的中心问题是谁控制大众传播体系。

批判的传播学者长期以来关心的主要是社会的阶级结构。这是他们的主要观点。他们认为阶级结构以及与此相连的冲突、统治和辩证法等，影响着传播。批判学者认为国际开发计划，如美国资助的计划，旨在增加美国对发展中国家的控制。经验学者关于发展传播的理论被指责为通过收集发展中国家公众的有关媒介效果、公众态度、行为等资料，帮助美国文化帝国主义。在他们眼里，这类研究助长了美国所有大众媒介的扩张。

经验学派和批判学派的基本分歧在于对大众媒介引起社会变革的程度持乐观态度抑或持悲观态度。在欧洲，马克思主义和批判学者倾向于大众媒介主要是社会控制的工具。它们阻塞了激烈的社会变革的道路，并力图维持现状。经验学者，特别是美国的经验学者，则感到大众媒介有时有助于社会变革，认为它能提供有关社会问题的信息，这是改良的第一步。在这种不同的态度下，这两派的学者对大众媒介在发展中的作用也有不同的看法。许多批判学者认为媒介的作用是强的，而经验学者则认为媒介的直接效果通常是很小的。

许多批判学者担心新的传播技术，如通讯卫星、电脑、电缆电视等被运用于第三世界，他们声称这类技术主要为美国及其他工业的跨国公司所控制，所以它似乎会扩大已经存在的先进国家和发展中国家之

间的不平等。

与此相比，经验学者则倾向于认为，不论在工业化国家或第三世界国家，新的媒介都会削弱和分散对公众的控制。

有些观察家感到批判学派和经验学派的分歧，只不过是美国和欧洲学者之间的事。有一种看法，认为批判学派主要是在欧洲，而不是在美国，而经验学派在美国比欧洲强大。一般的看法是：国际传播协会(ICA International Communication Association)代表经验学派。这个协会的2 000多名会员中80%在美国。他们大多数属于经验学派，国际大众传播研究协会(IAMCR-International Association of Mass Communication Reseaner)代表批判学派。这个协会的1 000多名会员主要在欧洲。

但是，说国际传播协会是美国经验学派控制的，国际大众传播研究协会最积极的会员是欧洲批判学者，是过分简单化了。美国加州大学圣迭戈分校教授赫伯特·席勒就是著名的批判学者。同样，一些经验学者，如美国麻省理工学院的伊西埃尔·德·索拉·波尔和华盛顿大学的亚历克斯·埃德尔斯坦都是大众传播研究协会的积极会员。经验学派在欧洲有相当多的代表人物。在美国也有许多批判学者。然而，批判学派的学术领袖主要是欧洲人，阿尔曼·马特拉特在巴黎大学任教。卡尔·诺旦斯特伦是芬兰坦佩雷大学新闻和大众传播系的教授。西斯·海姆林克是荷兰海牙社会研究所的。前面提到过的法兰克福学派的第二代关键人物霍根·海布马斯是德国人，他是社会学家兼哲学家，主要研究人类(不只是大众传播)。同样，传播学经验学派的学者多倾向于国际传播协会，其中许多是美国人。

罗杰斯认为，各派传播学者都认为自己的观点是高人一等的。有些经验学者认为，批判学者实际上称不上搞研究，至少是缺乏认真的研究。他们认为批判学者由于其思想立场，不是客观的科学家。相反，许多批判学者认为经验学者过分忙于收集资料，没有时间去考虑这些资料所包含的意义及其来龙去脉。他们的研究至少缺乏深度。

在那些和两派学者都有广泛接触的人看来，经验学者和批判学者相互都没有一个准确的看法。产生这种情况的主要原因是两派学者之间缺乏联系和接触。

罗杰斯指出，经验学者可以从目前关于批判学派的讨论中得出以下教训：

(1) 以研究传播效果为主的学者不能忽视产生和传播信息的传播系统,谁拥有和控制这个系统以及经营这个系统的目的。

(2) 经验学派不应忽视传播过程中的道德问题。

(3) 传播应放到一个更大的范围内去研究。要认识到,应重视对具有世界意义的重要问题的研究;要了解人类传播就要了解社会。

(4) 应更加重视与传播政策有关的研究。

如果这两个传播学派希望更好地相互了解,第一步要做的事是相互尊重。以前的两派间的怨恨和争论应代之以了解。要认识到两派间有很多可以相互学习的东西。

《传播学原理与应用》(兰州大学出版社,1988 年)一书认为,批判学派对美国的传播学基本上持批判态度,他们通过对资本主义国家中的传播媒介的政治、经济和文化方面的研究来分析和批判美国传播学,"美国传统的传播学已正在受到挑战","而批判的传播学影响日益在扩大。"

第二节 传播学在中国的最初传播

一般认为,传播学最早传入中国应是 1957 年,那时,复旦大学新闻系曾在《新闻学译丛》中翻译介绍过 mass communication,当时译为"群众思想交通"。张隆栋教授也曾在 20 世纪 60 年代翻译过施拉姆的《报刊的四种理论》,并油印出来供新闻系老师参阅。但较深入地研究传播学应是 70 年代末。中国传播学研究大概经历了引进、消化、吸收、创新等几个阶段,但很难具体划清时间段,因为实际上许多阶段是相互交叉的。

一、传播学在中国传播的社会背景

传播学理论能够传入中国,首先是中国新闻传播学理论研究的需要。改革开放以前,中国新闻传播学曾遭到极大的摧残,在文化大革命中,许多有关新闻理论的基本问题都被戴上了资产阶级新闻学的帽子,新闻传播学理论只剩下"阶级斗争工具"、"无产阶级专政工具"、"阶级

性、思想性、指导性、群众性、战斗性"，等等，甚至连新闻传播学的一些基本常识也被搅混了。在课堂，教师连新闻传播学的最基本的定义、新闻价值、新闻的要素、新闻传播的功能都不能讲。直到文化大革命结束前，实际上中国大陆已无新闻学术研究可言，新闻学研究已走上绝路。新闻学的许多问题不能研究，当然也就不能解决。

改革开放的政策为新闻传播学研究提供了学术环境。文化大革命结束后，各行各业都在拨乱反正，新闻学像是被打了强心针般苏醒过来了，新闻学者的学术精神被激发起来了。尽管人们只能从新闻传播的最基本常识开始研究，从新闻传播学的定义开始研究。新闻学子急切地渴望拨乱反正，渴望同国外进行学术交流，刚刚开放的中国，政治环境、文化环境正趋向宽松。

新闻传播学一度是禁区，但党的新闻事业一直还在发展，初具规模的传播事业为传播学研究提供了研究基础。1949 年中国大陆只有报纸百余种，到 1959 年，中国的报纸从只有 100 余种猛增到 500 多种。20 世纪 50 年代末、60 年代初虽有三年自然灾害，报纸还是在发展。进入 80 年代，报业的发展是惊人的。前五年，几乎每两天就有一种报纸问世。改革开放 10 年间，公开发表的报纸增加了千余种，总数达到 1 500 多种，还不包括 700 多种内部发行、有稳定读者的地方报和企业报。孙旭培先生认为，在这 1 500 多家公开发行的报纸中，党的机关报 400 多家，占 30%，隶属于从党中央到省、市委的各级党的系统，用 15 种文字出版发行。在全国 150 多家对开版日报中，党的机关报有 70 多家，占 50%；而在全国 250 多家日报中，党报有 180 多家，占 80%。全国近 15 万新闻从业人员中，在党报工作的占 30%；而日报少、大报少、国家拨款多、公费订阅多是中国报业落后的具体反映。他提供的当时的报纸数量是准确的，但他的分类方法值得商榷[1]。其实在中国，企业报也是在党委宣传部领导下的喉舌。但中国报业基本上已形成以中央级报纸、机关报为主体，专业报和企业报为补充的多层次、多品种、多流向的报业体系结构也是事实。

中国广播业始于 20 世纪 20 年代，中国共产党的广播业则始于 40 年代的延安，但真正对全国进行有效的广播覆盖则是 1949 年后。目前，全国共有无线电广播电台 900 多座，听众近 8 亿。电视事业起步较

---

[1] 戴元光：《传播学笔记》，甘肃文化出版社，1996 年。

晚，但发展迅速。1958年，北京电视台首次播出电视节目，那时的观众不过万余人。但到了1989年，全国已有公共电视台500多家。电视机社会拥有量过亿台，平均每100人10台，电视观众近7亿，占人口的60%以上。2000年已有有线无线电视台近2 000家。电视事业的迅速发展，表明中国的改革开放推动了中国人介入现代传播媒介，也反映出中国人经过改革开放，物质生活水平大大提高。更重要的是，现代电子传播媒介走进千家万户，已经改变并将继续改变中国人的生活节奏和文化观念，扩大了人们的生存空间，但城市与农村有很大的不同，农村发达地区与贫困地区也有较大差距。

正如美国现代传播事业迅速发展刺激传播学的产生一样，中国传播事业的发展推动了新闻学与传播学研究，但也带来了许多问题，需要广大传播学者去研究和解决。从积极方面看，现代传播能较好地满足人们的信息消费要求，以适应因经济发展、生活富裕而对周围环境的关注；经济信息和广告沟通了生产者、消费者关系，促进了商品经济的发展；传播知识使更多的人得到受教育的机会。传播学的任务则是对这些现象进行解释，并寻求得到最佳效果的模式。从消极的方面看，传播事业尤其是电子媒介的迅速发展并进入家庭生活，打乱了人们的时间消费结构，使人离群索居以致减少了对社会的责任感，产生了对公共事业的冷漠态度；由于信息量大，通俗文化大量传播，广大观众每天在接受身边发生的一切却无暇去思考和解释这一切，从而逐渐失去竞争进取意识，并引起社会文化水准的下降，特别是网络媒介和电视媒介某些反文化和拟态文化的传播使社会的主体文化受到威胁；广告的高色彩反差、高刺激强度和变化莫测且极不稳定的语言对儿童心理发育产生严重阻碍；暴力（含战争）和爱情影视片数量过大使青少年早熟、早恋并产生性格异化，甚至有的成为他们走上犯罪道路的诱因。

中国现代化建设事业呼唤着传播学研究的深入和传播事业的发展，而传播则是现代化的要素。因为，如果人们拥有的最先进的生产工具和生活工具是享受现代生活的某种物质象征的话，那么有一台电视机则是人们在政治上和思想上参与现代化过程的突出标志。美国传播学家勒纳曾对中东地区国家的现代化过程进行过研究，他首先提出了传播在现代化建设中的重要地位。一个国家从传统社会向现代化社会转变的时候，社会系统的各个方面都会发生转变。农民

从耕地织布、自给自足的自然经济转为城市化的商品经济时，必须识字，必须更多地参与社会活动、了解信息；农村向城市化过渡，大量农业剩余劳动力转为商业服务人员，从封闭环境下的面对面的传播逐步变为人际传播与大众传播相结合。以大众传播为主的传播活动，要求社会提供教育的条件，并随之对精神文化的消费提出要求；生活环境的变化，要求人们具有流动性的心理状态，并和封闭的心理状态告别，这个过程有赖于传播媒介的帮助；经济地位提高后，政治参与意识增强，人们会要求通过大众传播媒介表达自己的意见，实现社会精神和文化的分享。

勒纳的理论提醒我们，搞现代化不能忘记传播。近几年来，我国开展的几次大的调查也表明，如果传播事业的发展严重滞后于经济的发展，就会对经济的发展起牵制作用。我国报业研究的结果也表明，传播业总是现代化建设的伴侣，必须协调稳步发展。联合国教科文组织曾为发展中国家提出大众传播事业发展的最低限度目标：每千人100份日报，50台收录机，20台电视机，20个电影坐席。我国1982年就达到每千人27台电视机，182台收录机，影剧院坐席15.1个，但到1987年报纸却只有46.9份，只达到发展中国家标准的80%。朱增朴先生在谈及传播与现代化建设关系时曾经以福建石狮市为例，说明传播对社会发展的重要性。石狮市虽地处侨乡，但经济十分落后。1980年起，他们依据30多个国家8万名侨胞的书信中带来的信息，生产出口服装，一跃而成为全国著名的服装专业市场，但由于忽视了建设现代化的信息传播手段，逐步失去原有的优势。全市3万多人口，5 000多个体户，仅订报8种共计1 000份，广播电视也没有发展起来，靠传统的书信传递信息当然竞争不过那些拥有现代传播媒介的开放城市。个体经营产值一年中下降25%，并且仍在下降。

中国的经济建设需要发达的传播业，政治体制的改革更要传播媒介发挥中介作用，传播为政治体制改革服务首先体现在通过传播媒介实现管理者与社会的沟通，从而使社会主义现代化建设按照预定的目标去实行。这种沟通是双向的沟通，前者是通过媒介传播政治集团的意图、设想、目标和实现目标的措施以及决策过程，为人民对执政党的监督提高透明度。后者是通过传播媒介反映社会成员对执政党意图、目标的接收、理解和执行情况，为执政党对人民实行指导提供信息。有了这种双向沟通，执政党与社会成员的价值观就可能得到整合，达到政

通人和。

二、西方传播学的介绍与引进

70年代末，我国开始实行改革开放的政策。在文化战线上，国际交流逐步展开；经济上，鼓励引进国外先进技术，引进外商投资为中国经济建设服务。传播学作为人文学科的重要内容，也随着对外改革开放政策的实行进入中国。

1978年7月，复旦大学新闻系郑北渭教授首先发表了《公共传播学的研究》和《美国资产阶级新闻学：公共传播学》[①]这两篇文章，这是传播学首次登陆中国，也拉开了中国传播学研究的序幕。虽然早在1957年，复旦大学的《新闻学译丛》就介绍过传播学，王中教授在授课中也引用了传播学的知识，但由于当时的政治空气的不适宜，传播学的研究还没有开始就夭折了，没有产生什么影响，并且人们对西方传播学究竟是什么样的学问知之甚少。1978年形势自然不同，传播学的概念被介绍进中国时，许多新闻学者便瞪大眼睛注视着。

1978年9月，复旦大学新闻系首先在高年级学生中开设传播学讲座和选修课，这是我国第一次在大学的讲台上向年轻一代介绍传播学。

1978年10月，日本东京大学新闻研究所内川芳美教授到复旦大学新闻系作了题为“日本公共传播研究的历史与现状”的演讲。中国是世界上最早有语言传播、文字传播的国家，中国早在汉代就用纸作为媒介，用印刷媒介引进传播活动，中国人发明的雕版技术和活字印刷技术比西方早几百年，中国早在汉唐就有报纸的雏形，现在却让日本人来告诉中国人什么是传播学，难免令人悲哀，而几十年前也是日本人把西方新闻学理论介绍给中国人的。中国新闻学子们经历了一次心灵的震撼。

1979年5月，中国人民大学新闻系教授张隆栋先生在《国际新闻界》上发表了编译文章：《公共通讯的过程、制度和效果》，这是中国学者第一次较为系统地介绍西方传播学知识。

同年，著名传播学家、香港中文大学新闻系教授、主任余也鲁先生译述的《媒介、信息与人》（施拉姆著，香港海天书楼）在内地流传，北京、上海等地学者开始研究施拉姆的传播学著作。

---

① 《外国新闻事业资料》，1978年7月，复旦大学新闻系。

1980年初，《人民日报》副总编安岗赴夏威夷参加美国东西方中心举办的为期10天的亚太地区关于国际政治和大众传播的学术研讨会，并向大会作主题报告。这是中国大陆的学者首次在国际上向外国人作中国新闻学术研究报告。

1981年，张隆栋教授在《国际新闻界》杂志上介绍西方传播学；复旦大学新闻系郑北渭教授、陈韵昭教授在复旦大学的《新闻大学》上发表文章介绍传播学；陈韵昭教授在《新闻大学》上开设传播学讲座，系统介绍传播学，其内容涉及传播学的基本理论、传播过程理论、传播效果理论、传播受众、传播学的分支理论、传播符号理论和把关人理论。

1981年6月，复旦大学新闻系硕士研究生居延安以传播学研究作为硕士论文主题。这篇题目为《美国传播理论研究》的论文较为系统地介绍了美国传播学，论题涉及美国传播学产生的历史背景与社会条件，传播的社会功能，传播的社会效果。

这一时期，社科院新闻研究所张黎教授、中国人民大学郑兴东教授、陈仁凤教授、姜克安教授、王泰玄教授等陆续发表文章、译文，介绍传播学，其中主要的有《传播方式的探讨》、《控制原理在报刊通讯系统中的应用》等。

1982年5月，美国著名传播学家施拉姆教授在余也鲁教授的陪同下来我国讲学。施拉姆教授首先在北京为京津学者发表演讲。施拉姆教授向中国人发表了传播是人的基本行为和传播的基本要素的演讲，介绍了他的著作《传播学概论》（原名"Men, Women, Massage and Media: Understanding Human Communication）和《报刊的四种理论》，然后又到上海传播西方传播学理论。

第三节　中国人对传播学的早期评估和分析

传播学在中国传播的早期，由于资料还不多，人们对传播学知之甚少，但仍引起很大的震动，尤其是在学术界，从过去封闭的怪圈中一下子跳了出来，视野豁然开阔。也有一部分人对传播学持否定态度，认为传播学是资产阶级新闻学，主张排斥。但从总体上讲，中国人对传播学

这个"舶来品"还未细细品尝。

一、首次传播学座谈会

1982年11月,中国社科院新闻研究所倡议并主持召开了西方传播学座谈会。复旦大学、中国人民大学、北京广播学院、国际政治学院、厦门大学、暨南大学等高校及新华社、社科院、中宣部、天津师大等单位的专家学者参加了会议。可以认为,从这次会议起,中国传播学研究开始了认识西方传播学、评价西方传播学的阶段。徐耀魁教授和黄林教授对这次会议作了以下专题总结。

会议分两个阶段进行。第一阶段座谈传播学产生的历史背景和社会条件,传播学研究的对象、内容、基本理论和基本方法。第二阶段讨论我们应对传播学采取什么态度。会议以马克思主义为指导,本着党的"双百"方针,解放思想,发扬民主,畅所欲言,各抒己见。

首先讨论的是"传播学是否是一门新学科",经过讨论一致认为,西方传播学是一门独立的学科。在美国,已成立200多所传播学院校或传播系,即使那些仍叫做新闻院校或系的,也都纷纷开设了传播学的课程。二次世界大战后世界上许多国家也先后设立了传播院系或研究中心。联合国教科文组织成立了国际大众传播委员会。因而应该承认传播学存在的事实。现在,问题不在于承认不承认它是一门学科,而在于我们怎样对待这一学科。

其次,会议就传播学产生的历史背景、社会条件,它与新闻学的关系等问题交换了意见。大家在发言中指出,传播学首先是在美国产生、发展起来的,传播学的几位奠基人拉扎斯菲尔德、拉斯韦尔、卢因、霍夫兰等并不是新闻工作者,他们是从心理学、社会学、政治学等方面对大众传播进行研究,从而展开了对人类传播行为的研究,而主要是研究大众传播媒介对社会的影响。这一研究后来又被新闻界人士所重视,将传播学和新闻学结合起来进行研究,使这门学问成了一门新的学科。

传播学产生的背景和条件是什么呢？一些学者认为,在第二次世界大战中及以后,美国的政治学家、社会学家和心理学家为了战争宣传的需要,对于大众传播工具的宣传方法和效果进行了大量的深入的专题研究,他们的研究成果对于美国大众传播研究起了很大的推动作用。

战后,美国经济的发展,商界的剧烈竞争,电子视听媒介的迅速普及,进一步促进了传播学的研究和发展。

传播学的发展，也适应了美国的政治需要。美国的竞选运动和各派政治力量的角逐，也需要研究怎样运用传播媒介。概括起来说，科学技术的发展、商业竞争和政治需要都是传播学产生的社会条件。

传播学的产生也有政治学、社会学、心理学、语言学等多科性的背景。它与新闻学关系很密切，可以说是有血缘关系，两者之间在许多方面有相同的内容，但又有许多不同的地方，两者既不能合并，也不能相互取代。

第三，会上讨论了传播学研究的内容、对象、基本理论和研究方法，讨论了拉斯韦尔关于大众传播的五W模式。一致认为，拉斯韦尔从五个W引申出对大众传播进行五个方面的研究有很大的参考价值，这五个方面是：(1)控制分析；(2)内容分析；(3)渠道分析；(4)受传者分析；(5)效果分析。

会议讨论了传播的几个主要研究层次，如自我传播、人际传播、大众传播等。但不管哪种传播，都是通过不同的渠道，运用符号、语言、数字、图像、表情等进行交流、表达思想感情以维系人类社会，促进社会的发展。

会议探讨了传播学研究的基本理论和基本方法。传播学是一门综合性学科，它吸取了自然科学的某些理论，如信息论、系统论和控制论等理论和方法。

关于应当怎样对待传播学，会议统一了认识：

第一，既然传播学是一门新学科，就应当了解、介绍、分析、研究。这就是说，首先对它需要了解，在充分了解的基础上，以马列主义为指针，进行研究。既反对全盘照抄、照搬，也反对不加分析一概否定的做法，而应该结合中国的国情，创建中国式的传播学。

第二，大部分专家认为传播学有以下几个方面值得借鉴和参考：

(1) 传播学研究的对象、理论、方法上开阔了新闻学的学术视野和研究领域。

(2) 西方传播学者提出的模式理论，如五个W的模式，受传者研究理论，效果研究理论，反馈理论等，有助于解决新闻学理论中长期解决不了的问题。

(3) 传播学的研究方法，如社会调查法、实验法、内容分析法等，以及定量与定性相结合的方法有很大的先进性。

第三，对传播学研究中的消极因素，学者认为应该引起我们警惕，

主要有以下几点：

(1) 西方学者研究传播学的目的是为了维护资产阶级的利益和资产阶级的统治地位。因此，他们的研究工作，带有明显的政治性和商业色彩。

(2) 研究方法有些是唯心主义的、烦琐的，因为西方学者往往注意细枝末节，而忽视了本质的东西。

(3) 过分夸大传播的作用，颠倒了精神与物质的关系，颠倒了上层建筑和经济基础的关系。有些人则拜倒在技术脚下，认为技术决定一切，成为技术决定论者。

(4) 西方传播学的研究庞大而又杂乱，尽管提出了五花八门的理论，出版了大量的书刊，但至今尚未形成一个完整的理论体系。

这次座谈会的最大收益是统一了对传播学的态度，就是"系统了解，分析研究，批判吸收和自主创造"。

二、对西方传播理论的引进与交流

北京座谈会之后，国内一些高校陆续开设传播学研究课程，传播学的国际交流活动逐步展开，报刊上有关传播学的文章日渐多起来。

郑北渭教授在《新闻战线》、张隆栋教授在《国际新闻界》、陈韵昭教授在《新闻大学》杂志相继介绍传播学，内容几乎涉及传播学的所有领域，主要是传播学在美国产生、发展和演变的情况，西方关于传播学的主要理论和流派，著名传播学者、主要研究成果等。据不完全统计，从1982年起到1985年底，大陆主要刊物上发表的传播学文章达200余篇，其中介绍和评述西方传播学的有100余篇，分析研究传播学的有近百篇，参加讨论和撰写文章的国内学者数十人。中国社科院新闻研究所编辑出版了中国大陆第一部传播学论文集《传播学(简介)》，收集了张黎、范东生、顾安杰、徐耀魁等人撰写和翻译的文章10篇，其后也陆续出版了一些传播学著作。从1981年底至1985年，这段期间，中国的传播学开始对西方传播学展开了较多的推广普及工作。

1.《多种声音，一个世界》

1981年中国对外翻译出版公司的《多种声音，一个世界》是联合国教科文组织出版办公室组织美、法、加、印、俄、日、南、荷、埃及等国专家组成的国家交流委员会调查编写的，这本书被认为较为客观地叙述了国际交流的重要性、国际交流的现状、国际交流中存在的问题及发展国

际交流的意见。全书分五个部分，即交流与社会，交流现状，共同关心的问题和事项，体制和专业结构，明天的交流。在“交流与社会”中，总结了历史上的交流活动和人类文明的继承，提出了交流的社会功能，涉及社会需要、政治工具、经济力量、教育的潜力，论述了交流对文化的推动和威胁，指出了国际交流的不平衡现象。本部分开篇便指出：“交流维持人的生活，并活跃人们的生活。它是社会活动和文明的动力及表现；它通过各色各样的探索、掌握、控制的过程和方法使一国或多国人民从限于本能的阶段发展到赋予灵感的阶段。”在“交流现状”中，该书列举当代各种交流手段，预测交流手段的发展变化，提出了传播一体化的发展格局及垄断与集中的问题，呼吁消除不平衡现象。在“共同关心的问题和事项”中，指出了信息交流的缺陷，包括自由流动的问题，单向流动问题，纵向流动问题，市场支配交流问题，内容失实问题，文化的异化问题，交流的民主化问题。在“体制和专业结构”中，提出了交流政策，新闻人员的权利与责任，职业道德问题。在最后一部分“明天的交流”中，提出发展国家交流的建议和进一步研究的问题。可以说，《多种声音，一个世界》是国际传播学研究中经典性的著作。

2.《传播学概论》

陈亮、周立方和李启翻译的《传播学概论》于1984年由新华出版社出版，作者是威尔伯·施拉姆（亦译宣伟伯）和威廉·波特，原名是《Men, Women, Messages and Media: Understanding Human Communication》。全书共分十五章，涉及传播的基本概念，传播的产生与发展，传播的功能，传播的过程，传播的符号，传播代码，传播途径，传播媒介，传播结构，传播产业，传播者与受众，传播控制，传播效果，信息革命等内容，可以说该书是完整地将传播学科介绍给了中国人。该译著出版后，成为各大学的教学参考书，对传播学在中国的发展起到了推动的作用。

3.《传播学（简介）》

人民日报出版社出版的《传播学（简介）》（1983年9月）收集了10篇论文译文，作为我国大陆第一部传播学论文集，在普及传播学知识，推动传播学在中国的发展中也起到了较大的作用。1988年，吴文虎教授为《传播学概论》写了《百题问答》。

4.《北京读者、听众、观众调查》

工人出版社出版了北京新闻学会调查组编写的《北京读者、听众、

观众调查》(1984 年 9 月)。1982 年元月，北京新闻学会在传播学研究方法的启发下，在首都开展受众调查，对北京市 337 个单位，2 629 名居民进行问卷调查，这是我国新闻传播史上首次采用传播学的定量研究方法调查受众，《北京读者、听众、观众调查》也成为我国第一部受众研究著作，开了我国新闻定量研究的先河。"运用科学的方法，采用现代化的统计方法，对一个地区的读者、听众和观众进行综合考察和研究，这在我国新闻史上还是第一次，是中国新闻事业史上一次突破性的行动。"①

5.《传学概论——传媒、信息与人》

中国展望出版社出版了《传学概论——传媒、信息与人》(施拉姆著，余也鲁译述，1985 年 2 月)。这本书的原版早在中国传播学界流传，这本书的正式出版意味着传播学在中国的正式登堂入室。余也鲁先生在代序中是这样评价的："这是一次探索，希望找寻到一个出发点。这是一项新的探究，盼望能找出一个研究方向与范畴。在登堂入室之前，希望能找到入口。"的确，这时候，中国人正在寻找传播学的"入口"。

6.《传播学的起源、研究与应用》

福建人民出版社出版了《传播学的起源、研究与应用》([美]沃纳丁·赛福林、小詹姆斯·W·坦卡特著，陈韵昭译，1985 年 9 月)。陈韵昭教授在"译者的话"中这样评价本书的："综合了传播学从 40 年代后期到整个 70 年代的发展和成就，介绍了传播学的主要理论、模式和研究方法。"作者在序中写道："我们试图避免其他有些书用高度抽象的语言来阐述大众传播理论的缺点。我们尽量运用种种具体的事例来阐释理论性的概念，并尽量说明这些观念和方法该如何加以应用"，"力图收入各种最新资料"，"把近来有关传播研究与传播理论的若干主要论题也写入书中，如有关电视暴力节目的效果、形成议题的功能、从使用与满足角度进行的探讨研究以及'强力模式'等等"。

7. 传播学的国际交流日益频繁

1982 年，复旦大学新闻系郑北渭教授等应邀出席在美国夏威夷和日本横滨举行的国际传播理论研讨会，并在大会上发表演讲；1983 年，中国社科院新闻研究所世界新闻研究室主任张黎教授应邀考察美国传播学理论研究的历史、现状和美国报纸的受众研究；同年，美国加利福

① 转引自安岗：《我国 20 年来传播学研究的回顾》，新闻大学，1998 年，冬季号。

尼亚州大学奇科分校传播系主任祝基滢教授在中国人民大学讲授传播学，与广大师生讨论传播学的有关问题；1984年，美国夏威夷大学新闻系主任约翰·鲁特教授在复旦大学新闻系讲授传播学，并与复旦大学新闻系等单位商讨交流计划；同年，美国西雅图华盛顿大学传播系主任爱德斯坦在复旦大学新闻系教授传播学；北京、广州、上海一批新闻学者去美国、日本、英国留学、进修和访问。短短的几年，中国新闻传播学者的国际交流次数和人数超过改革开放前的几十年，而改革开放前的国际交流大多数在新闻界进行，学界的国际交流几乎是停滞的，更不用说请国外的传播学家来华讲学了。但也有对传播学不理解和拒绝的，在一次报社总编会议上，某教授讲授一天的传播学，不少人不知所云，有些人提出来要批判传播学。这些听不懂传播学和拒绝传播学的，基本上都是些未经过新闻专业训练的"宣传工作者"，那些长期从事新闻学研究的学者却心领神会。

1985年6月11日至13日，复旦大学文化与传播研究中心、复旦大学新闻系及上海市委宣传部思想研究室联合举办传播学学科研讨会。来自北京、天津、武汉、广州、上海等地的科研、教学和业务单位的50余名各门学科的专家学者就传播学学科建设的有关问题展开了热烈的讨论。应邀来华的美国专家D·库什曼教授，S·金教授也在会上发了言。这是中国首次邀请国外学者出席传播学研讨会。在研讨会上，大家就对传播学的理解、传播学与其他社会人文学科的关系、传播学的研究方法及如何开展中国传播学研究等问题，各抒己见，从不同的角度进行了探讨。武伟、建华两人在《多种视野，一个主题》一文中详细介绍了会议讨论的问题[1]：

一是怎样认识"传播学"？

人们对传播学的理解并不统一，本次研讨会的宗旨，是鼓励各种看法互相切磋，而不急于强求统一。会上引起热烈讨论的有关对传播学的理解问题，实际上属于"传播研究是否已发展成一门独立的学科"和"是否要建立一门包罗万象的传播学"这样两个既有联系又有区别的范畴。

科学意义上的传播研究，起源于五六十年以前的西方。那么，传播学研究发展至今，是否已形成一门独立的学科？有的专家回顾了西方

---

① 《新闻大学》，1985年，总第11期。

传播学研究的发展史，认为它经历了三个阶段：首先，是作为一个"研究领域"而出现的，也就是所谓吸引为学科过客的"绿洲"；接着，人们从不断积累的研究成果中总结归纳出一套"理论"，它能够用于解释几乎所有人文学科与社会科学各领域，因而成了类似信息论一样的横向方法论；目前，这种理论（或方法论）正在向独立学科前进，但暂时还没有成为像社会学、心理学、人类学、政治学等一样的"一级学科"。因此，我们现在可以使用"传播学"这个词，但必须明确指出究竟是一个研究领域，还是一套理论或者一门独立学科。

传播有学，似乎不成问题。然而，由于传播无处不在，是否要建立一门包罗万象的传播学，则是较有争议的话题。这方面所反映出的分歧，集中说起来，也就是搞"大传播学"还是搞"小传播学"之争。前者强调有必要建立一门广义的和宏观的传播学，以沟通与其他人文、社会科学的横向联系，后者则认为只需建立一门相对狭义和中观（如果不是微观）的传播学，以免抹煞了它与其他人文、社会科学的区别界限。有些专家认为，从其独特的研究对象与特有的概念体系来看，传播学是有可能发展成为一门大学科的。当然，从现有条件来看，这个目标的实现还需要假以时日。

二是传播学与其他社会、人文学科是何关系？

研讨会第一天，介绍传播学在美国研究状况的美国专家 S·金教授作了一个形象的比喻，她把传播比作一片"绿洲"，在这块未经开垦的处女地上，不同学科的人来此吸收自己所需的养料。他们发现此地土壤肥沃，于是有人逗留过一段，有人就此留了下来，他们将其他学科的研究方法带进这片绿洲，逐渐形成传播学的研究方法和研究领域。

与会者一致认为，传播学是研究人类信息交流的内容、手段、效果的一门多科性的综合学科。传播是一个"公共租界"，已有的传播学理论，大多都是从其他学科理论引进过来的。传播学研究的进步，还有待于各相关学科的进步，如政治学、社会学、心理学、语言学、地理学以及信息论、控制论、系统论等等学科的进步，特别是教学手段的进步。在目前，其他各种社会人文学科可以研究社会传播现象，逐渐丰富、完善传播学的研究体系；传播学已有的一些成果也可丰富其他学科的内容。

研讨会上，与会者从各个学科对传播学作了粗浅的探讨。复旦大学哲学系的专家认为，传播学与哲学的关系，要比其他具体科学的关系

更深一些。传播是人的社会本质的一种表现，传播学的发展与人类分工有关。传播学作为一种人际关系学，主要研究建立维持人际间的文化联系，而哲学则是将这些联系加以说明。传播学反作用于哲学，可以促进研究生产关系中的人以及加深对认识论的研究。由于传播的发展与生产的发展同步，生产发展的要求促进了传播的深度与广度，因而哲学系的专家又提出了进一步研究的课题，即传播仅仅是一种文化现象，还是立足于经济的一门科学？历史学专家从史学角度，探讨中外文化传播过程中不同民族对文化所具有的不同反映以及经过贮存的信息重新传播可能带来的不同效果。中文系专家则认为，文学作品是一种重要的传播工具。现在小说传播的广泛达到前所未有的程度，其传播趋向于纪实性，如报告文学、纪实小说等等。文学作品传递信息有它自己的特点，即要求信息内涵越隐蔽越好，具有一定的模糊性，读者在欣赏过程中根据各自的感受获取政治、经济、社会、道德及审美信息。从文学研究的角度看，传播学提供了一个新的方法论，扩大了文学研究的视野。

在传播学与新闻学的关系上，与会者就两者之间是否存在某种血缘关系的问题展开了热烈的讨论。一些专家认为，传播学与新闻学有密切关系，但并不是新闻学发展的结果。传播学有自己的发源地，它是新闻学以外的其他社会学科研究传播现象的结果。另一些专家则认为，传播学与新闻学的关系十分密切。从历史上看，早于传播学发展而兴起的新闻学由于过多注意新闻事业本身的职能及新闻业务技巧的研究，从社会整体及宏观角度研究传播现象不够，这就为传播学的脱颖而出留下了空白领域；此外，第一次世界大战后宣传学研究的兴起及社会学、心理学、统计数学的发展，20年代广播媒介的出现及40年代电视媒介的出现，都为传播学的研究准备和提供了条件。传播学研究的先驱之一哈罗德·拉斯韦尔，是美国著名政治学家，他着手研究传播学之前，曾做过《世界大战时期的宣传技术》的论文，并以此获得博士学位，这便是传播学与新闻学关系的一个小小证明。

三是传播研究用何方法？

传播学研究的方法论问题，受到了与会者的高度重视，构成本次研讨会的一个中心议题。会议收到的论文中，就有专门探讨西方传播学定量研究方法的文章。讨论中，有专家提出，传播学研究方法论是一个体系，包括了哲学方法、学科方法与具体方法这样三个层次。

与会者就传播学的学科方法和具体方法进行了有意义的争论。什么是传播学的学科方法？综观中外研究实例，不外乎人文学科方法（如理论思辨、历史求证、法律判别等）和行为科学方法（如实地调查、控制实验、内容分析等）两大类。美国D·库什曼教授的报告中提到了西方学者对这两种学科方法之间的差别的看法："人文方法研究的是人们应该做什么；科学方法研究的是人们已经或正在做什么。"国内专家的发言中，更进一步阐明了人文学科方法侧重定性、思辨、演绎与宏观的研究，行为科学方法侧重定量、实证、归纳和微观的研究。

专家赞同S·金教授的说法："这两者同样重要，不可偏废。"具体工作中，有些专家提出鉴于我国研究方法的落后状况，现阶段首先有必要强调行为科学的方法，以适应面向实际、面向世界和面向未来之需要。另有些专家则认为，传播学可以说是"对信息论的人文研究"，不能忽视人文因素和人文方法。应该允许与鼓励各种方法、各种角度、各种视野的同时并存。

四是如何推进中国的传播学研究？

与会者对此提出了许多设想与建议。归纳起来，集中在"系统介绍"、"总结经验"和"应用研究"等三个方面。

近年来，国内已陆续发表了一批介绍西方传播学理论与方法的文章与著作。但总的说来，还远远不能满足研究的需要。因此，有必要组织力量，系统地介绍国外传播研究的各个分支，尤其要选择对我国有直接借鉴作用的理论与方法，并力求把最新成果引进来。鉴于国内目前从事此项工作的人力相当有限，有必要在全国范围内进行协调，避免因"撞车"而造成的人力、物力与时间上的浪费。

中国是文明古国，远在先秦时期，就有关于传播活动的记载和对传播现象的思考。不少专家提出，要充分开掘这些宝贵的财富，从中寻找中华民族独特的传播方式与传播规律。另有不少专家认为，总结中国传播现象与传播思想的重点，应放在近代和现代。

传播学研究的生命力，在于面向社会实际工作。许多专家呼吁传播学界开发应用研究的领域。例如，向领导机关提供决策的依据，向新闻、出版、宣传、教育等实际部门提供解决其工作难点的方案，等等。这正是"传播"传播学知识的最好途径。

在复旦大学新闻系召开传播学学科研讨会之后不久，上海外国语学院（现为上海外国语大学）主持的传播学国际讨论会在上海召开，会

议着重讨论了科学技术的发展对传播媒介的影响及新闻教育问题。

三、传播学在中国快速发展的原因

从实行改革开放的政策到1985年这短短的几年时间里，中国人从对传播学一无所知，把大众传播(mass communication)译为"群众思想交通"起，到对西方传播学有基本认识，日益精进。这种变化主要原因是：

1. 社会环境宽松

改革开放前，尤其是文化大革命中，新闻传播学的研究环境极为险峻，到处是"禁区"，新闻学者不敢越雷池一步，一部分还在岗位的学者只能去论证"新闻的阶级性、党性、思想性"，大部分新闻学者改作他业，或者被下放劳动。新闻不是被当成一门学问，而是作为单一功能的工具，这样何学可问？改革开放后，新闻学术研究被置于比较广阔的视野，尤其是西方传播学的引入，不仅使人们认识到新闻与传播的功能不是单一的，而且传播学是整个社会发展系统中的一个部分，同其他学科有密切的关系，是一个交叉的边缘学科，特别是同科技、经济发展为一体，不可分割，这样，就为传播学的发展提供了空间。加之中国传播事业的飞速发展出现了许多在文化大革命中不可能出现，或者虽然可能出现却不能研究的问题，如媒介之间的关系问题，广告问题，媒体与社会教育问题，传播与经济发展问题，经济、政治、社会信息的传播问题，等等。

2. 传播学本身具有交叉性特点，包容性强

文化大革命中，我国的传播媒介只是上情下达的传播，相当于红头文件，没有研究空间。不仅新闻传播的功能单一，媒介结构也不尽合理，广播、报纸、电视基本上传播同样的内容，主要是政治内容，这些内容充满了对知识、对知识分子的排斥，对现代化建设的无知，实际上是"四人帮"控制的搞阴谋诡计的工具，是整广大干部、广大知识分子和工农兵群众的工具。另外，电子媒介还很不发达，公益广告、商业广告和经济广告基本没有，有的只是没完没了的政治广告。改革开放后，随着经济和科学技术的发展，科学技术不断武装传播媒介，媒介的功能也从单一的喉舌功能发展为多种功能。媒介的发展和广告的出现，传播媒介出现了许多新的问题，这些问题靠传统的新闻理论来解决是极为困难的，传播学正适应了这种形势。

3. 中国新闻传播学者对传播学的科学态度和学术勇气推动了传播学在中国的发展

文化大革命中，中国新闻学者政治上受歧视，学术上受排斥，禁若寒蝉。实行改革开放的政策，新闻学者们迎来了学术的春天。传播学引入中国，中国新闻学者没有全盘吸收，而是认真研究、分析，细尝个中味道，提出对西方传播学进行"系统了解，认真研究，批判吸收，自主创造"的十六字方针。这十六字方针既反映了中国新闻学对西方传播学审慎而科学的态度和实事求是的探索精神，也反映了中国新闻学者希望通过引进西方传播学，解决中国新闻学研究中遇到的难题，丰富中国新闻传播学理论的信心和愿望。

第五章

传播学研究的深入与发展

中国的传播学研究是从清理十年文革对新闻传播学的干扰和破坏开始的。一方面，新闻传播学者们要清除极"左"思想的影响，甚至连一些基本概念问题和常识问题也要澄清，如新闻的定义、新闻的功能、新闻的价值；另一方面需要对西方传播学理论进行理性的考察和审视。从 1986 年开始，中国的传播学理论研究已步步深入了。

第一节　有中国特色的传播学理论的提出

关于有中国特色的传播学研究，应该说自 1982 年以来，在引进和消化西方传播理论时，就在审慎的思考之中。但由于新闻传播学研究受"四人帮"破坏时间太长，积重难返，对中国传播学模式和理论的建立的考虑还不够成熟，也有少数学者心有余悸，到了 1986 年 8 月的黄山会议时，大家对中国传播学研究和引进西方传播学的问题认识才更为清楚一点。

中国社科院新闻研究所和中国人民大学新闻系于 1986 年 8 月联合发起了第二次传播学讨论会。这次会议取得相当多的收获，是中国传播学研究过程中的一次承上启下的会议。会议回顾了中国传播学研究的现状，对西方传播学作了进一步的探讨，研讨了中国传播学研究的方向和方法，讨论了中国特色传播学的理论框架。宁新教授把会议的基本观点归纳为四个方面：

一、对我国传播学研究的基本分析和评介

与会专家总结了近几年来的传播学研究，肯定了成绩，也指出了存在的问题和不足。传播学研究尽管遇到一些曲折，但还是取得了一定成绩。这主要表现在以下几方面。

（1）论文集《传播学（简介）》和几本译著的出版以及国内若干刊物陆续发表的有关传播学的评介文章，已产生良好影响，成为普及传播学的重要书籍。

（2）我国已有一支数十人的传播学研究、教学队伍，有的学者已准备着手撰写这方面的专著。

（3）从提交的学术论文内容来看，对西方传播学理论的评介在深度和范围方面都有了较大进展，对西方传播学已有较为全面的了解，关于我国传播学学科建设的论文占较大比重，并出现了几篇结合我国实际情况的专论文章，说明这些年来我国大陆的传播学研究已开始呈现"中国化"的势头。这一切都说明第一次传播学座谈会提出的"系统了解、分析研究、批判吸收、自主创造"的十六字方针是正确的。

与会专家认为，前几年开展的读者、听众、观众调查，是一个良好的开端，这些工作是传播学应用研究在我国的尝试。中宣部主持的、并已列入国家"七五"重点科研规划的"新闻事业与四个现代化建设"调查，实际上也是在传播学理论启发下形成的。但会议同时也认为，我国尚未形成有一定素质的专门队伍和组织机构从事传播学研究，特别是缺少实证研究专业人才。

有的专家认为，总的说来，我国传播学研究工作还处在起步阶段。目前翻译出版的国外传播学著作还很少，尤其缺少对国外经典性著作的翻译和出版，国内广大读者对西方传播学并不怎么了解。所以，介绍的工作还应继续进行。有的专家认为，我国的传播学研究总的看还在初探阶段，中国学者对传播学了解得还太少，对五个W（谁？说了什么？通过什么渠道？对谁说的？产生了什么效果？）的模式也没有多少人了解，当然更谈不上对从五个W模式引申出的传播者分析、媒介分析、受众分析、内容分析、效果分析的了解，尤其是学界和新闻界大多数不了解。所以，传播学研究的重点还是应主要放在引进和评介上，放在普及工作上。有的专家指出，要加强对我国传播事业的现状、特别是对我国广播电视业发展的现状及趋势、对各种信息交流的发展与特点等，进行深入的调查和研究，重

视对存在的问题和弊端的研究。要把教学和研究与实践相结合起来。

陈秀霞教授介绍了国际上关于建立世界新闻秩序的斗争以及联合国教科文组织在这方面的活动情况，建议今后能有人进行这方面的研究。有的专家清醒地认为，搞传播学研究要充分意识到可能出现的阻力，要有不怕别人说三道四的毅力，要有知难而上的韧性，要有善于研究的灵性，要有独辟新路的个性。

来自新闻宣传单位的代表，也从实际工作的角度，谈了对传播学研究的希望和改进传播学研究的建议。有的新闻界专家认为，原来感到传播学神秘，现在感到很新鲜。传播学完全可以同新闻的实践相结合，以传播学理论为指导，加强新闻队伍建设，指导新闻采访活动，以信息反馈检验新闻报道和宣传效果等等。此外，传播学研究刚刚开始，目前的研究力量主要集中在北京、上海等地，单枪匹马，缺乏组织，缺乏支持，所以，要加强横向联系。

二、如何看待西方待播学的两大学派

在提交给学术研讨会的论文中，有几篇评介欧洲批判学派和美国传统学派（或称经验学派）的论文，引起与会者极大兴趣，并就两派的主要理论异同，批判学派产生的背景、发展趋势和研究进行了讨论。一些专家认为，我们过去对传播学的评介侧重于美国传统的传播学理论，对批判学派关注不多，研究很少。西欧学者不完全赞同美国学者的研究方法，他们主张把研究置于社会结构之中和一定的历史环境之下。这在美国的研究中是比较欠缺的。美国的传播学研究主要受结构功能论和社会心理学的影响，比较忽视传播的社会历史环境，只对五个W进行割裂、孤立的研究，对谁制约传播则极少问津。在具体的研究方法上，西欧也和美国有区别。虽然欧洲学者继承了美国的定量分析法，但又强调定性分析，实际上是定量和定性相结合的研究方法。批判学派在东欧国家也很有影响，他们主张用马克思主义去研究传播学。张黎教授认为，经验学派和批判学派的争论，早在1941年就已开始。拉扎斯菲尔德在一本《哲学社会学研究》杂志专辑中，就已提出存在两派争论，指出一派叫"行政研究学派"，一派叫"批判研究学派"，并收集了两派之争的有关文章。不过，那时争论尚不明显。直到现在，批判学派的人还将另一派称为行政研究学派，认为他们是站在行政当局立场上的。

就如何对待两个学派的问题，与会者的认识是比较一致的。徐耀

魁教授认为，各种学科出现不同学派是很正常的，它反映了学科的发展。批判学派的出现说明了传播学的发展。我们现在开始研究，尚未形成什么学派，今后也会出现不同观点和研究方法的学派。当前，我们首先应了解和分析这两个学派的基本观点和异同，并找出我们认为是可以借鉴的东西。有的专家认为对西方自称马克思主义者的学者应进行具体分析，批判学派虽受西方马克思主义学派的影响，但还是有区别的。以法兰克福学派为代表的西方马克思主义主要是指层次更高、外延更广的哲学上的流派，而我们所说的传播学批判学派则是另一回事。有的专家建议不要忙于"站队"。我们虽然起步较晚，但能参加到这一研究行列中来，为建立这块"绿洲"而发挥作用还是很有意义的。有的教授认为传播学是属于全人类的科学，不管它是什么派。传播学是科学和艺术的综合，并已渗透到社会各个领域，对传统学派和批判学派都应看作是西方传播学中的东西，不能用一个代替另一个，它们各有所长，都有可汲取之处，应允许不同观点自由发展，鼓励百家争鸣，这样传播学才会有更大发展。

三、我国开展传播学研究的方向、步骤和方法

与会者认为，我国开展传播学研究势在必行，传播学完全可以同中国国情相结合进行研究，可以同既有的新闻学相融合促进我国的新闻改革，为"两个文明"建设服务。

专家们认为，结合中国实际引进和研究传播学乃是理论工作者必须遵循的基本原则，今后研究工作的方向应是努力建立中国式传播学理论体系，这是我国开展传播学研究的突破口。我国目前已具备了研究大众传播学的一些条件，在大众传播事业发展中已出现了许多值得调查研究的现象，若不抓紧搞就会失去历史的机会，我们应把现实的、生动的传播现象作为研究重点，国外的那些理论、方法都可以大胆借鉴、应用。哪些东西在我国是适用的，将在实践应用中得到验证。所以要在应用方面多做工作，有专家建议对我国大众传播中的社会环境等"背景值"应抓紧调查和资料积累工作，否则将失去天然条件，届时再搞人为控制组研究就不准确了，对今后的对比研究不利。

四、关于新闻传播学理论框架

这次学术讨论会的最大成果，就是明确了新闻传播学应作为今后

传播学研究的主攻方向，并初步讨论了它的理论框架。虽然还是粗线条的，但对我国传播学研究的深入发展将产生深远影响。

第二节　理论研究初显实绩

黄山会议前，我国传播学研究已较为活跃，黄山会议后，传播学理论研究进一步朝着健康的方向发展。直到1989年，一大批有影响的论文和著作相继出版。其中徐耀魁的论文《试论中国传播学研究的发展方向》（《新闻学刊》，1986年5月），吴文虎的《传播学理论框架初探》（《新闻学刊》，1986年5月）和徐耀魁、孙旭培、曹宏亮的《关于新闻体制改革的设想》（《新闻学刊》，1986年5月）论文最具代表性。

一、《试论中国传播学研究的发展方向》概述

徐文在总结了过去传播学研究后认为，第二次全国传播学学术讨论会的召开，标志着我国传播学研究开始从第一阶段转向第二阶段。第二阶段的中心任务可以概括为：在对外国传播学评介的基础上，利用大众传播研究中的某些有用的理论和方法，研究中国的大众传播事业，特别要与我国传统的新闻学研究相结合，取长补短，以便促进我国新闻学研究，推动我国新闻传播事业的发展。

传播学研究是否能与传统新闻学研究相结合，是否能够促进传统新闻学的研究，这是新闻研究工作者，特别是新闻实践工作者所关心的一个大问题。这个问题解决好了，我国传播学研究将会走出一条新路，在创建具有中国特色的传播学理论体系的道路上迈出坚实的一步。

要解决传播学研究与传统新闻学研究相结合的问题，首先要弄清传播与新闻的关系。

传播是人类社会信息交流的一个过程。在人类社会中，传播一般可以按方式分为两大类，使用大众传播媒介（报刊、书籍、广播、电视、电影、录音、录像等），以整个社会为传播对象的大众传播和不使用大众传播媒介的非大众传播即人际传播。大众传播和人际传播包括了人类迄今为止的所有传播活动的方式。那么，什么是新闻呢？新闻是一种信

息，是反映新近发生的事实变动的信息。所以，从传播活动的内容来看，亦可分为两大类：一是通过报纸、广播、电视等大众传播媒介进行的新闻信息传播，二是除新闻传播，非此即彼。从数量上看，新闻传播活动仅仅是人类社会整个传播活动的一小部分，属大众传播范畴。这样看来，研究新闻传播的新闻学与传播学有密不可分的关系。

中国的大众传播研究是否应该与传统的新闻研究相结合呢？

习惯上，我们把报纸、广播、电视等大众传播媒介称之为新闻媒介，把报纸、广播、电视等传播活动机构称之为新闻单位。事实上，广播、电视除有传播新闻这一功能外，尚有教育、娱乐、服务等多项功能，而新闻节目在电台和电视台整个节目中所占的比例并不高，非新闻传播占据主要地位。因此，称这些机构为新闻单位名不副实。再以传播新闻为主的报纸来看，当代报纸的性质、作用也在逐步发生变化。现在，单一报道新闻的报纸已少见。即使在以新闻为主的报纸上，非新闻性的材料，如文艺作品、美术作品、知识性和趣味性文章、各类广告等，所占比重越来越大，而且还出现了许多以传播非新闻性材料为主的专业性、知识性报纸。这些报纸与最初的新闻纸在性质上、作用上已有很大的不同，只是从形态上看仍是报纸。这些情况向传统新闻学界提出了一系列问题，对这些"新闻单位"的非新闻材料，以新闻性质和写作规律为主要研究对象的传统新闻学是否有能力容纳？如果要研究，理论与手段是否具备？如果不研究，它们归哪一学科研究？如果把报纸、广播、电视等机构视为单一的新闻单位的这种观念改为视它们为大众传播机构，把传统新闻学研究的重点从单一的报纸新闻转为整个大众传播媒介体系，那么上述问题便可迎刃而解。由此可见，大众传播学研究与传统新闻学研究相结合，在我国不仅符合客观实际，而且是时代发展的必然结果。

关于大众传播研究如何同新闻研究相结合，他说，从大众传播学研究方面看，应着重以中国的新闻传播实践为研究重点，切实解决传统新闻学想解决而未能解决的问题，将新的理论、观点、方法带进传统新闻学研究中去，使新闻学研究走出原来比较狭窄的圈子。

从新闻学研究方面看，应吸收大众传播研究的一些理论、观念和方法，将新闻这种社会现象置于整个社会宏观背景上去研究，开拓原来的研究领域，摒弃某些过时的、僵化的概念，使新闻学研究获得新的生命力。

徐耀魁教授认为大众传播研究和新闻研究首先应着重解决以下几个问题：

第一，从系统论观点出发，将大众传播事业在社会中的地位、作用及其同政治、经济、文化、科学诸领域的关系进行系统研究，对现行的新闻传播体制进行历史的、科学的、实事求是的分析，以创建一个符合中国国情的、具有中国特色的新闻传播体制，以适应当前进行的、具有深远影响的经济体制和政治体制改革的需要。

第二，从大众传播的社会作用和效果研究出发，正确认识新闻信息的指导性问题，以克服报道的片面化、表面化和虚假问题，正确处理新闻价值与宣传价值之间的关系问题，从"本质真实"和"现象真实"这种无谓的争论中解脱出来，真正按新闻规律办事。

第三，从研究受传者即受众入手，解决传播媒介与群众的关系问题，党性与人民性问题。根据受众具有多层次、多兴趣、多要求的特点，建立多层次、多种类的新闻传播机构和媒介，发挥媒介的多功能的作用，实现传播的双向流动。重视受众的反馈信息，加强社会舆论的监督作用。

第四，中国的传播学研究在经历上述两个阶段后，应转而为建立自己的独立的、完整的理论系统而奋斗，即进入创建独立的传播理论体系阶段。

西方的许多传播学研究者由于阶级局限性和阶级偏见，在研究人类社会传播这种现象时，往往缺乏辩证唯物主义和历史唯物主义观点，对精神与物质的关系、经济基础与上层建筑的关系、人与物的关系等许多方面，都不能作出正确的解释，得出正确的结论，因而在他们提出的众多理论中，有的显得玄妙，有的前后矛盾。美国的一些研究者不敢或者很少从正面研究大众传播媒介与垄断资产阶级的关系问题，也无法正确理解和对待与他们的社会制度不同的国家的新闻传播体制。这样，他们就不可能建立起一个完整的、独立的、科学的传播理论体系。

正因为如此，近年来在欧洲的一些国家，如英国、意大利等，出现了针对美国传播学研究的所谓批判学派，有的甚至试图用"马克思主义"的观点来解释和探讨人类社会的传播现象。这也从另一个侧面说明，资产阶级的理论观点不可能完全正确地解释人类传播这一社会现象。

有鉴于此，我们必须站在辩证唯物主义和历史唯物主义的立场上，正确对待西方传播学的研究成果和方法，密切联系我国的传播实际，在

同传播新闻学研究相结合的基础上，逐步建立起一套符合我国国情的传播理论体系。

我们完全有可能做到这一点。首先，传播学研究已有近半个世纪的历史，有前人为我们创造的成功的经验和失败的教训；其次，也是最主要的，我们有马列主义这个最先进的理论武器作为研究的指导思想；再次，我们是在前两个阶段研究成果的基础上逐步过渡到创建独立的理论系统的，有经验可循，有理论可依，有实践可证。

在创建独立的传播理论体系时，必须明确传播学的性质，它所包含的内容和基本理论、基本方法。概括地讲，传播学是研究人类社会信息交流的一门学科。它从人类传播的社会作用出发，利用社会行为科学的研究方法，以信息论、控制论、系统论为基本理论，以人类社会信息交流规律为主要研究内容，以提高传播效果为主要研究目的。

徐耀魁教授认为，传播学研究的内容主要包括四大类：人际传播、大众传播、社会舆论和公共关系。

大众传播应是传播学研究的重点和中心。根据大众传播的不同内容，还可化为几个分支，如新闻传播学，它是在传统新闻学研究基础上建立的，以研究新闻传播规律、新闻价值、政治宣传鼓动等为主要内容的学科；教育传播学，专门研究大众传播媒介的传播知识，进行教学活动的问题；经济传播学，研究经济生产、商业活动等如何通过大众传播媒介进行传播；科技传播学，探讨科技问题报道、科技知识的普及和应用等问题；娱乐传播学，包括文学、艺术、音乐、戏剧、电影、电视剧、体育等娱乐性内容；服务性传播学，指对传播媒介上出现的广告、启事、天气预报、外汇比价等服务性材料的研究。从大众传播研究的方法上看，大众传播学还可以有一些分支，如传播社会学、传播心理学、传播语言学、传播历史学等。

二、《传播学理论框架初探》概述

吴文虎教授在《传播学理论框架初探》（下称吴文）中认为，要建立我国的传播学理论构架，首先要解决以下的认识问题。

1．指导思想

西方传播学尽管成果丰硕，为我们开阔了视野，但毕竟鱼目混杂，泥沙俱下，需要以辩证唯物主义和历史唯物主义作指导，去芜存菁，为我所用。比如，他们所依据的社会学的结构功能主义，早已有人批判它

拒绝研究社会冲突和社会矛盾，用稳定的静态社会体系否定社会发展的历史进程。又如，他们对传播媒介所有制和传播者的研究，至今微乎其微，这决不是偶然的疏忽。再如，他们的研究带有浓厚的商业性质，研究的具体项目往往离不开选举、暴力、危机，有时甚至为超级大国的文化渗透立论，这些不能不加以辨别、剖析。

2. 包罗万象的独立自主

传播学理论包罗万象，这是"输入"其他学科的自然结果。传播学作为一门横向的边缘学科，今后仍要从多种学科中吸收有用的成分，但必须抛弃包罗万象的理论体系，建立自己特有的理论构架。

怎样形成我国独有的传播学理论构架呢？吴文认为，在全面研讨人际传播、组织传播和大众传播等不同层次的传播系统中，应优先研究和发展大众传播理论。这不仅由于新闻学术界带头人从西方引入了传播学，更主要的是我国新闻传播事业开始进入了一个新的时代，新闻改革的浪潮方兴未艾，新闻实践迫切要求新闻传播理论有新的突破，总结并促进新闻改革。因此，我们要认真继承传统的新闻学理论，积极吸收现代科学成果，建立起以传播理论为主体的新闻传播学。

首先，新闻传播学应以一元理论统帅多元理论，形成两个不同层次的理论构架，同时重视理论、模式和方法内在成分的联系。

所谓一元理论，是指以辩证唯物主义作指导的当代信息科学，其中包括信息论、控制论和系统论（以下称"三论"）。信息科学，侧重从自然科学角度探讨信息系统和信息交流、控制等规律，而新闻传播学则研究人类社会一切新闻传播行为和新闻过程发生、发展的规律。以信息科学作为新闻传播学理论构架的第一层次，是顺理成章的。具体地说，就是把新闻传播业看作是开放性的动态系统，有整体性、层次性、稳定性和适应性。新闻传播系统又与其他社会系统协调相关，共存于社会大系统之中。把新闻传播过程看作是新闻信息收集、整理、传递、交流和共享的过程，研究封闭系统和开放系统新闻信息的传递状况，研究新闻信息量和多条信息的关系等，研究新闻传播中信息的单向流动及转化为双向流动的特点，研究正负反馈、简单与复杂反馈在实现社会控制目的中的功能等。

新闻传播学理论构架的第二层次，是在上述一元理论统帅下的多元理论横向结构，其中主要包括新闻学、社会学、心理学和语言学等四门学科，旁及宣传学、政治学、文化学和人类学等。新闻学主要是分析

中国共产党在社会主义时期及其他时期新闻工作的基本观点和主要经验，并将其纳入传播学控制分析和内容分析等研究课题。社会学则要研究新闻传播对个人、群体和社会的影响，分析公众意见的形成和表达方式等。心理学要着重分析新闻信息对人们的态度和行为所产生的心理影响，研究信息交流对人际交往所起的作用等。语言学研究，则要着重研究语言在传播过程中的作用，研究语言符号、非语言符号与所指对象之间的关系及其与传播者、接受者的关系等。

其次，我们可以从新闻传播的内部系统和外部系统两个方面去设置理论构架的具体内容，使之充实丰满。

第一，新闻传播内部子系统包括以下几个要点。

(1) 说明新闻传播学的研究对象和研究方法，传播学的起源与发展。其中，着重阐述新闻传播的要素及其关系、基本模式与传播过程。新闻传播要素即五个W：传播者(who)、传播内容(says what)、受众(to whom)、渠道(in which channel)、效果(with what effects)。传播要素彼此关联，贯穿于传播过程之中。信息传播的目的地同时也是反馈信息的信源，新闻信息的传播是循环往复、不断发展的双向流动过程，信息反馈可以调节和控制新闻传播系统行为。

(2) 新闻信息为新闻传播学研究的始发点。新闻信息不仅具有一般信息的语法、语义和语用三个层次，而且在语义和语用中，蕴含着指导性、思想性、真实性、实效性、知识性和趣味性等属性。传播者与受众之间的信息共享，需要借助特定的符号。因此，符号的制作、表意和解释有着特殊的意义。研究新闻信息，还应结合当前新闻实践进行内容分析，研究加大新闻信息量和局部信息超量造成的社会效果等问题。

(3) 新闻传播媒介。在传播过程中，新闻传播工具(报纸、广播、电视等)作为信息的媒介体，其地位十分突出。这也是新闻传播不同于其他人际传播的一个主要方面。因此，要着重阐明不同传播工具的发展、分类及其特点，剖析它们相互依存和竞争的关系。同时，要破"单功能工具论"、立"多功能媒介论"，发挥新闻传播媒介的多种作用，并注意发展"硬件"(传播工具)和改进"软件"(传播内容)的关系。

(4) 传播者和受众。他们既是传播单向流动的两端，又是双向流动的回归点。传播者是控制分析的主体，在我国主要是指党领导下的新闻传播机构及其从业人员。新闻体制、新闻传播法则、新闻从业人员的道德行为规范的研究和"把关人"、"多级传播理论"的研究都可归为

此类。对受众的研究，主要是关于受众接受信息的规律，除了批判地吸收个人差异论、社会分类论、社会关系论和文化规范论以外，还应研究受众的知晓权、参与权、控制和使用媒介的权利等。

(5) 传播效果　这是过去我国新闻学研究中的一个薄弱环节。新闻传播效果有暂时的显露的效果，也有长期的潜在的效果。我国新闻传播的效果有其自身发展的不同阶段，而且有丰富的资料可供佐证。美国的传播学中的效果研究开拓较深。我们可以结合我国实际从心理学角度研究受众的态度改变，或从社会学角度研究群体接受信息和形成舆论的关系。

第二，新闻传播外部母系统。

在社会是第一性、传播是第二性的前提下，研究各种社会在渐变或激变中对新闻传播产生的影响，研究社会政治、经济、文化、科技等诸因素如何促成新闻传播的变化和发展；同时，研究新闻传播的社会功能和作用，对社会成员的心理、行为的影响。

结合新闻传播事业的性质、任务和作用，分析新闻传播是党和人民的耳目喉舌和实现社会监督的舆论机构，阐明新闻传播向社会提供信息、宣传观点、指导生活和提供娱乐等功能，以及因新闻传播而带来的其他社会功能。

现在出现了对各派学说的意见分歧，传播学的总体理论，迄今还在争论和酝酿之中，尚未形成。我国学者如能深入了解和研究各派学说，并善于吸取各家学说中的合理因素，就有可能变不利因素为有利因素，西方经历了40多年才获得的成绩和经验可能在较短时期内为我们所获取，并借用来发展结合我国实际的有社会主义特色的传播学。

因此，了解和研究世界上传播研究中的各家学说，是开拓和发展我们本国传播学研究所必需的。随着经济体制改革和其他领域改革的发展，新闻改革大势所趋，势在必行。

三、《关于新闻体制改革的设想》概述

徐耀魁等人在《关于新闻体制改革的设想》(《新闻学刊》，1986年第5期)一文中，提出了建设有中国特色的社会主义新闻体制的设想。这是一篇较完整、较系统地提出新闻体制改革的文章。

文章认为，新闻体制的改革历史条件已经成熟，主要是：

第一，党的地位发生了根本变化。党成为领导全国人民的执政党，

党的中心任务从以阶级斗争为主转到了以发展经济、满足人民日益增长的物质和精神需要为中心的现代化建设上，现代化建设和商品经济的发展，极大地刺激了对信息的需求，信息交流的形式也发生了很大的变化。

第二，使用新闻传播媒介的公众也发生了极大的变化。使用媒介的范围扩大了，阶层增多了，公众的文化程度和理解能力普遍提高，兴趣更加广泛，要求更加多样，广大的视听读者不再仅仅是信息的消极接受者，而变成了信息传播的积极参与者。

第三，新闻传播媒介本身发生了革命性的变化。传播技术发展到了一个新的阶段：电子媒介普及，电子计算机的使用，通讯卫星的升天，地球直播电视卫星的使用，使得信息的传播跨越了国界。外国的广播和电视、外国的音像制品正在争夺我国的听众和观众。

文章对新闻体制改革的几个主要问题提出了看法。

第一，正确认识新闻事业的性质和职能。

正确认识新闻事业的性质、职能及其在社会生活中的作用，是搞好新闻体制改革、建设具有中国特色的社会主义新闻事业的核心问题。新闻事业有史以来最基本、最主要的活动内容就是收集、制作和传播信息，这是所有新闻事业表现出来的共同特征，可以说，这是新闻事业的本质属性。邓小平为一家报纸写的题词是"开发信息资源，服务四化建设"，这就揭示了新闻事业的这种性质。邓小平的这一论断，也可以说指出了我国新时期新闻事业的发展方向和任务。

说新闻事业是一种信息传播活动，这并不否认新闻事业的阶级性。当社会上还存在着阶级的时候，生活在阶级社会中的新闻从业人员（编辑、记者、出版者等）在采集、制作和传递信息的过程中，就不可避免地要根据本阶级、本集团的利益和意愿行事，在报道内容、传播角度等方面打上自己的烙印。也正是因为新闻事业具有传播信息的功能，所以各个阶级、各个政党都把新闻事业当作宣传本阶级、本政党、本集团的观点和立场的工具。

作为传播信息的一种活动，新闻事业在社会政治生活中的主要职能通常表现在两个方面：(1)作为执政党和政府的喉舌，发挥上对下的指导作用；(2)作为社会舆论工具，发挥下对上的监督作用。前者以原苏联的新闻体制为代表，后者以美国的新闻模式为代表，但这两者都只强调了一个方面。实际上，新闻事业具有双向功能，即政府或执政党可

以利用它来教育人民、宣传人民、指导人民，与此同时，人民也可以利用它来检查、监督和批评政府的工作。

我们主张建设有中国特色的社会主义新闻事业，就要在总结我们新闻事业、分析研究外国新闻事业的经验教训的基础上，结合我国的实际情况，使新闻事业同时发挥上述两个功能，即一方面，当好党和政府的喉舌，及时、准确地宣传党和政府制定的路线、方针、政策，使党和政府的意图传播出去，化为亿万人民的行动；另一方面，当好人民的喉舌，充分反映社会舆论，反映人民群众的呼声、意见，监督各级领导机关和领导干部，使其忠实执行党的政策。对于社会主义新闻事业，这两方面的职能缺一不可，忽略任何一个方面都将会导致传播信息功能的减弱，从而给党和政府，给人民，给整个社会带来不可估量的损失。

作为各类信息的收集者、制作者和传播者的新闻机构，能够而且应该提供及时的、准确的、全面的国内外新闻信息，最高决策者可以从新闻媒介所提供的各类信息中获取制定政策的依据，以便制定出符合我国实际情况的对内对外政策。

党和政府的决策信息，即我们党和政府的各项方针政策，也要靠新闻媒介原原本本地、及时地传播出去。决策信息传播得越全面、越及时、越准确，它所起的作用也就越大。这样，新闻媒介就成了决策依据的提供者和决策信息的传播者，起到了党和政府耳目喉舌的作用，也就是上对下的指导作用。

另一方面，由于广大人民群众的认识水平不同，所受的文化教育不同，所处的环境和地位不同，因而他们对党和政府的某些政策的理解和执行就有正确与错误之分，有快与慢之分；他们的某些意见和看法，有时也难免带有片面性；他们的某些要求，虽然从长远的观点看是正确的，但因种种原因一时难以做到。在这种情况下，对于群众中某些片面的、局部的、一时难以解决的意见、建议和要求，对某些不符合实际情况的批评，新闻媒介有责任加以引导，提出正确的见解，使有意见的群众心服口服，感到满意，从而起到引导舆论的作用，即把群众的意见和要求引导到正确的轨道上来。这也是上对下进行指导的一种形式。

新闻事业发挥下对上的监督作用，就是要充分反映社会舆论。我国是一个工人阶级领导的、以工农联盟为基础的人民民主专政的社会主义国家。国家的性质决定了占我国人口绝大多数的工人、农民、知识分子及其他劳动人民当家作主的社会地位。因此，我国的社会舆论实

际上反映着当家作主的劳动人民对社会各个领域、各类问题的意见和看法。

广大劳动人民群众通过新闻传播媒介发表自己对国家大事的意见和看法，对各级领导机构和领导人员提出批评和建议，是出于对党和政府的关心和爱护，是主人翁责任感的表现，是行使宪法赋予他们的对党和政府工作人员进行监督和参与国家管理的民主权利。新闻媒介在正确反映社会舆论的时候，就起到人民喉舌的作用，从而成为广大劳动人民行使民主权利、参与国家管理的公共讲坛。正确反映社会舆论，有利于各级党政机关防止和克服官僚主义，有利于党和政府密切联系群众、了解群众的意愿，从而制定出符合人民利益的方针政策。正确反映社会舆论是建设高度的社会主义民主、健全党内、国内政治民主生活制度的一个必不可少的组成部分，"只有建设高度的社会主义民主，才能使各项事业的发展符合人民的意志、利益和需要，使人民增强主人翁责任感、充分发挥主动性和积极性，也才能对极少数敌对分子实行有效的专政，保障社会主义建设的顺利进行。"

加强新闻事业的信息功能，突出上对下的指导作用和下对上的监督作用是相辅相成、互为促进的。没有大量的、全面的、客观的信息作基础，新闻媒介很难实现上对下的指导和下对上的监督，而且会产生片面、主观、走极端、一阵风等弊病，甚至出现堵塞言路、破坏民主、忽视或压制社会舆论的监督作用。这是有前车可鉴的。

第二，建立以党报为核心的多层次的体制结构。

如前所述，新闻事业的基本功能是传播信息。根据信息本身具有多层次、多种类、多流向的特征以及信息接受者也具有多层次、多种类、多兴趣、多爱好的特点，新闻传播机构也必须在结构上具有多层次、多类型的特点，这样才能符合实际需要。因此，从我国的实际情况出发，我们主张建立以党报为核心的，由多种类、多层次新闻机关组成的多样化的体制结构。这个多样化的结构包括：(1)党的新闻机构，如各级党组织的机关报和机关刊物；(2)国家的新闻机构，如国家通讯社、广播电台、电视台等，以及有可能出现的人大常委会的机关报刊；(3)各机关、团体和群众组织的新闻机构，如总工会、团中央、妇联等创办的报刊，还有中国新闻社、学生通讯社，以及政协、各民主党派和其他群众团体的报刊等；(4)厂矿企业、大专院校的基层报刊；(5)其他类型的报刊，如某些集体所有制的报纸和刊物。这样，我国社会主义新闻事业就会形成

个多门类、多层次的体制。以报纸为例，我国将有党报与非党报之分，有机关报与非机关报之分，有政治报与非政治报之分，有全民所有制性质与集体所有制性质之分等等。

各种不同类型、不同层次的新闻机构，其性质、方针和任务也应有所区别。这就是说，报道的内容和形式应是多样化的，以适应各自的读者、听众和观众的不同需求和爱好。

党的机关报应着重反映党的方针、路线、政策，反映党内生活和党的组织建设，反映党和人民群众的关系，反映党的政策在执行中的情况，做好党的耳目和喉舌。它不仅是一张综合性的报纸，而且是主要起指导作用的报纸，其特点是：党性强，政治性强，旗帜鲜明，内容严肃，反映问题深刻。这类报纸的读者对象主要是各级党组织，各级领导干部、党员以及觉悟较高的群众。这种权威性强的报纸应以质（内容）取胜，而不是以量（发行数）取胜。

政府的新闻机构应着重反映政府的观点，反映政府在领导全国人民进行经济建设方面的活动，突出报道政治、经济、文化、教育、科技、体育等各条战线取得的成绩和存在的问题，报道我国的外事活动和我国对国际问题的态度和观点；对外代表我国政府讲话。因此，这类新闻机构将是政府的耳目和喉舌，起着为政府传播信息的作用。以上两类新闻机构是我国多样化新闻机构的主体和核心。

机关团体和群众组织的新闻机构以一定范围的读者为对象，以反映各自的活动为中心，它的内容针对性强，形式生动活泼，宣传性、知识性、趣味性三者并重。专业性报刊应以反映本专业的内容为主，它的专业性和知识性较强。这样做，各新闻机构既分工明确，又互相补充；既可以避免"一窝蜂"，又可以使报道内容丰富多彩、生动活泼。

随着经济改革的进行，我国多层次的新闻业机构近来已初步显露出了雏形。与多种类、多层次的新闻机构相适应，也需要多层次的管理机构。既要有主管党的新闻工作的机构，也要有统管全国各类新闻单位的机构，负责管理全国各种新闻机构，特别是党的机关报以外的各种新闻机构，包括审核和批准报刊的出版、发行，处理有关新闻事业的各项事宜，其主管范围包括报刊、通讯社、广播、电视、新闻电影等。

人大常委会的新闻机构主要负责制定新闻法律，从立法的角度检查和监督各级新闻机构，处理涉及新闻单位的法律事宜。

党的主管宣传机构同国家的主管新闻机构同时并存，各有分工，各

行其责。这种管理体制符合中国的国情，有利于“党的工作和政府的工作……必须适当分工”（胡耀邦语）。

各新闻机构应该实行以总编辑或社（台）长负责制的管理体制，使新闻单位在遵守政府法律的大前提下有更多的自主权。

各新闻单位的主要负责人可由上级主管部门提名，经本单位职工代表会议酝酿、讨论和通过后，再正式任命。各级领导均实行聘任制，任期一般三到四年。任职届满后，可继续留任，如不称职，可提前调离。

各新闻单位应在宪法和各项法律允许的范围内活动，把对党负责和对法律负责统一起来。由于我国的一切法律都是在党的领导下制定的，所以对法律负责也就意味着对党负责，按法律办事也就意味着按党的方针政策办事。所以，宪法和法律是各新闻单位活动的唯一准绳。

在严格遵守法律的前提下，各新闻机构在干部使用上，在行政管理上，在新闻业务活动上，均应有一定的自主权，任何个人或组织无权超越法律范围将自己的主张强加给新闻单位，使其无所适从。这样做有利于发挥新闻单位和新闻工作者的高度政治责任感，有利于调动他们的积极性、主动性和创造性，有利于增强新闻单位的活力。

改进新闻单位的经营管理，使其由机关化逐步过渡到企业化。首先，确立岗位责任制，使每个人能在其位，有其职，负其责，得其利；在分配制度上切实实行按劳付酬、多劳多得、奖勤罚懒、奖优罚劣的原则。其次，在搞好新闻报道的前提下，各单位应充分发挥传播信息的优势，兴办一些与信息传播有关的文化教育事业，向多种经营方向发展。

第三，制定新闻法，对新闻事业实行法治。

五届人大二次会议批准通过的《政府工作报告》指出：“公民在享受和行使人身、言论、通信、出版、集会、结社、宗教信仰等项自由权利的时候，只要不违反宪法和根据宪法制定的专门法律的规定，都应该受到政府的保护，不得限制。”

这段话提出了对言论、出版实行法治的思想。众所周知，报刊是出版物的重要组成部分，新闻自由则历来是公民言论、出版自由的组成部分，所以这段话也确立了新闻法治的观点。公民在行使新闻自由权利时，所要遵守的法治的标准，是宪法和法律，只要不违反这一标准，就不得受限制。

毋庸讳言，我们的新闻事业过去没有法治的传统。在革命时代，由于当时的政府是压迫人民的，他们的法律代表着统治阶级利益，如果人

民守其法就谈不上革命。所以党和党的报纸都是以不守其法为特点。党报只服从党的政策和指示。中华人民共和国成立初，我们虽然建立了以党报为核心的、党报和非党报并存，国营、公私合营、私营报纸并存的报业结构，但由于种种原因，在管理上仍沿用传统的做法，即用无产阶级政党的党性标准，要求和约束一切新闻出版活动，而且公私合营和私营报纸在建国后不久也被取消了。

就党性标准和法律而言，两者是一致的，绝不是矛盾的。它们都是以坚持四项基本原则为共同基础的。不过，党性标准是更高层次的要求，是无产阶级政党的意志的体现，是衡量无产阶级先进分子阶级觉悟和立场的准绳；法律标准，则是一种全体公民都必须遵守的起码的规范，是对全社会而言的。因此对新闻事业的治理，既需要能体现高层次标准的党性，又需要能体现全社会起码规范的法律。不坚持前者，就不能确保新闻事业的社会主义方向，不能发挥其教育和引导人民的职能。不坚持后者，就会把宪法所赋予的公民应该享受的言论、出版自由局限在主要是执政党及其所领导的组织的范围之内，不利于宪法条文的全面实施。

我们长期以来只强调党性标准，很少提、甚至不提法律标准。在有些人眼里，"记者对事实负责，报纸对法律负责"这一提法是错误的，这实际上是法制观念薄弱的一种表现。

由于以法律为准绳得不到提倡，得不到保证，我国新闻事业有时就不能从"党犯错误，报纸必犯错误"的必然性中解脱出来。几十年来的实践证明，这种错误发生的时候，总是正好在"党性"标准与法律发生矛盾的时候。比如，在1957年及其以后的几年里，报纸为阶级斗争扩大化、为浮夸冒进等火上浇油；在十年内乱时期，在一小撮野心家、阴谋家把持下，新闻工作诬陷、诽谤党内外一大批优秀人物，鼓吹夺权，煽动颠覆政府，每天都进行着违反宪法和法律的活动。当然，十年浩劫的产生原因主要是党内政治生活不正常，党的指导思想上犯了"左"的错误。但从另一方面来看，新闻工作中的错误长期得不到纠正的原因，则是在党的指导思想发生错误时，宪法规定的公民的言论、出版自由权利被削弱了。说真话、报真情、讲真理，得不到法律上的保障，因此，新闻工作者纵有良知也回天乏术。哪怕是众所周知的事实真相，简单朴素的浅显道理，都无法见诸报端，更不用说反映事实和人民的声音了。如果新闻法能具体规定宪法中的言论、出版自由的适用范围，如果能切实"保

护报道真实新闻的自由"(开国之初的政协共同纲领就是这样规定的),上述严重情况就不可能出现,至少不可能延续那么长时间。

粉碎"四人帮"以后,特别是在党的十一届三中全会以后,我国新闻事业进入了新的时代,获得了迅速的、空前规模的发展,对四化建设贡献也很大。但正如中宣部新闻局关于着手制定新闻法的请示报告中指出的:"从新闻工作实践情况看,制定一部新闻法也是十分必要的。现在记者和人民群众利用新闻手段发表意见,开展批评的权利有时得不到保障;某些新闻报道有诬陷、诽谤他人的情况,或因报道失实损害他人的名誉、利益;报道中泄露党和国家机密的事件时有发生;有些报刊有违背宪法和法律以及损害党和国家利益的宣传,等等。同时,随着国际文化交流的发展,外国记者在华活动及国外新闻品的散发、传播也存在不少问题。因此,制定中华人民共和国新闻法,对于发展社会主义民主、保护人民的言论出版自由权利,对于加强党和国家对新闻事业的领导和管理,……对于促进国际文化交流都是有益的。"

我国新闻法应该是社会主义新闻自由的保护法。我们所讲的社会主义新闻自由,就是肯定新闻工作要接受党的监督、人民的监督,坚持社会主义方向,坚持为人民服务的方向,同时允许新闻机构有相对的独立性。在宪法和法律范围内,各新闻单位在新闻业务上享有不可干预的自由,这意味着社会主义新闻法要体现保护和限制的统一,权利和义务的统一。一方面,它要保障在坚持四项基本原则基础上新闻界的评论自由,"保护报道真实新闻的自由";另一方面,它对一切滥用新闻自由的现象必须限制和约束,对诽谤、煽动、泄密、造假、诲淫诲盗等严加禁止。

通过新闻立法,至少要使下述问题得到解决:

——只要不违反宪法和法律(党报还要不违反党章),不损害人民利益,任何真实的新闻,都可以自由发表,新闻工作者的工作权利、政治权利不得因此受到侵犯;

——新闻自由包含着批评的自由。宪法规定:"中华人民共和国公民对于任何国家机关和国家工作人员,有提出批评和建议的权利。"批评的自由应包含两个方面:一是一切违反宪法和法律的现象都是可以批评的;二是一切违反宪法和法律的批评都是容许的;

加强新闻工作者的自律,加强新闻工作者的社会责任感。新

闻工作者有关组织（如记协）可成立评议会，批评新闻界中的不正之风、不道德行为，并协助保护新闻工作者的正当权益；

　　国家对有功的新闻单位和新闻工作者实行奖励。

在对新闻事业实行法治的同时，还同样重视党对新闻事业的领导。法治与党的领导是一致的，因为宪法和法律是在党的领导下制定的，新闻法也是在宪法的范围内和党的政策的指导下制定的，体现着党和人民的共同意志，代表着全体人民的根本利益。而一个真正代表全体人民根本利益的党除了人民的利益外，再无别的利益，因此党对新闻工作的政策、指示，必须是也能够是完全符合宪法和法律的。宪法庄严地规定，一切国家机关和武装力量、各政党和各社会团体、各企业事业组织，都必须以宪法为根本的活动准则，并且负有维护宪法尊严、保证宪法实施的职责。党章也明确规定，党必须在宪法和法律的范围内活动。只要宪法和党章上的这些规定真正落实，社会主义新闻事业就能切实管好、办好。一方面，有宪法和新闻法的保证和约束，就能确保党对新闻事业实施正确的领导；另一方面，有党对新闻事业的领导，就能保证宪法和新闻法更有效地实施。

党对新闻事业的领导，应该注重从思想上、路线上进行领导。党和政府要注意选好德才兼备、积极贯彻党的路线的同志做新闻单位的领导者，同时改进领导艺术，积极支持他们富于创造性的工作。党的宣传部门要运用各种形式经常向新闻单位宣传党的路线、政策和意图，影响和引导新闻工作者沿着符合党和人民利益的轨道前进。要始终不渝地重视对马克思主义的宣传，以及对反马克思主义思想的批判。党组织要教育新闻界的党员，无论在党的报刊还是在非党报刊工作的新闻工作者，应像过去革命年代一样，深入细致地、富有成效地，而不是简单生硬、不讲实效地宣传党的意图，吸引和带动广大新闻工作者一起，为实现党的目标而奋斗。

我国经济体制的改革，势必导致上层建筑的改革。作为上层建筑之一的新闻事业，改革是大势所趋，势在必行。因此，我们必须抓住当前的有利时机，积极进行新闻改革。同时，我们也应该看到，新闻体制改革涉及到从方针、原则到观念、习惯等各个重要方面。改革是一个复杂的过程，不能一蹴而就，不能操之过急。因此，只要采取一积极、二稳妥的方针，我们就能确保改革的顺利进行，就能走出发展我国社会主义新闻事业的新路来。

第三节　大陆首批传播学著作问世

经过几年对西方传播学的理论探讨，一批学者就西方传播学和中国传播学的发展仁者见仁、智者见智，推动了中国传播学的研究，活跃了新闻学术研究的气氛。随着传播学研究深入，中国大陆人撰写的首批传播学类著作也先后问世，丰富了中国传播学研究理论，尤其是有助于对西方传播学进行理论梳理，促进传播学在中国的发展和普及。

一、居延安和《信息・沟通・传播》

居延安是我国较早从事传播学研究的年轻学者，他写了我国大陆第一篇以传播学为论题的硕士论文，较早接触西方传播学，并作为高级访问学者在国外研修传播学。1986 年 3 月，他撰写的《信息・沟通・传播》由上海人民出版社出版，是我国较早出版的有关信息和传播的专著。

《信息・沟通・传播》凡 8 章，13 余万字，内容涉及信息理论、信息沟通、传播者和受众、语言、非语言沟通、人际传播、组织传播、大众传播等，几乎涵盖了传播学大部分研究命题，论述由浅入深，语言通俗易懂，是一部很好的普及性传播学读物，正如作者在《代序》所叙述的："'信息'这两个普普通通的字，以其特有的魅力牵动着每个人的神经"，"人们热切地期待着获得关于信息和信息沟通的基本知识，以便更自觉地去开发信息、传播信息、沟通信息、利用信息、做信息的主人……本书要奉献的正是人们渴望获得的那些基本知识。"

二、吴予敏与《无形的网络》

吴予敏作为文学博士，对中国传统文化深有研究，《无形的网络——从传播学的角度看中国的传统文化》是他研究中国古代文化传播思想的新篇。该书分五章分别论述了古代社会的传播媒介、传播方式、政治传播、传播观念和传播结构及文化模式，向人们展开了古代社会传播的影像。这本书用传播理论去研究中国古代文化，视野开阔，立

意新颖，"切入到中国文化和社会生活的微妙至深之处"。

三、大陆第一部传播学专著兼教材《传播学原理与应用》

《传播学原理与应用》（戴元光著，兰州大学出版社，1988年）用近35万字、15章的篇幅系统地阐述了传播学基本理论，内容涉及西方传播学几乎全部理论问题，如西方传播学产生与确立、传播原理、传播结构与模式、传播者、受传者、信息、符号、传播技巧、媒介理论、效果理论、研究方法。全书的框架宏大而严谨，结构科学、严密，资料丰富翔实，在论述传播学时，旁征博引，视野开阔，广泛涉猎各学科，并把它们科学地有机地结合在一起，知识含量高。洪一龙先生在评价这部书时说："这是一部理论与实践相结合，包容性强，涉及各学科，论述强而有力的著作，此书的出版填补了国内传播学著作和教材空白，为我国的传播学研究作出了很大贡献。"余也鲁教授在评价该书时说，"可以看出，作者是能在中国传播学研究中挑大梁的青年学人。"《传播学原理与应用》出版后很畅销，多次再版，成为许多高校本科生和研究生教材。

除有几本中国大陆学者撰写的传播学著作外，一些译著也相继出版，主要有：

祝建华等翻译的《大众传播模式论》（〔英〕丹尼尔·麦奎尔等著，上海译文出版社，1989年）；

王怡红等翻译的《大众传播通论》（〔美〕德弗勒、〔英〕丹尼斯著，华夏出版社，1989年）；

赵伯英等翻译的《媒介社会学》（〔英〕巴特勒著，社会科学文献出版社，1989年）；

林珊等翻译的《传播媒介的垄断》（〔美〕巴格迪坎著，新华出版社，1983年）；

张国良翻译的《大众传播社会学》（〔日〕竹内郁郎编，复旦大学出版社，1989年）。

这些著作在国内产生了很大的影响，其中《大众传播社会学》、《大众传播模式论》、《大众传播学通论》等，被许多学校推荐为大学生的主要教学参考书。

第六章

传播学应用研究健康发展

中国的传播学理论研究受政治环境的影响较大，起伏较大。但实证研究的情形则大不一样。从传播学引进起，中国的实证研究一直较健康地开展，虽研究的水准还不高。较为引人注目的是十多年来所开展的受众研究。

受众调查，是一种运用现代化的科学方法及数理统计手段，迅速、及时、准确地收集、整理、统计、报告民众意见，测定社会舆论变化的社会活动。其功能在于如实地反映各阶层民众对某人、某事或某项政策、某个社会问题的看法、意见、态度和评价，提供给各级政府、社会团体或企事业单位作为决策或改进工作的依据，或者通过新闻媒介传播开去，作为引起全社会注意的警报，成为社会舆论的向导。

受众调查，是一种社会需要。社会的主体是人，是不同民族、不同年龄、不同教育程度的人。人是具有高级思维能力的动物。每一个人的思想，必然要通过语言、文字等多种方式表达出来，以达到同类交往的目的。因此说，表达意见，是人的基本需要，一切具有正常生理条件和社会的人，都具有表达意见的需要，保障和尊重人的这种需要，是文明社会的起码标志。

80 年代中后期，我国在引进西方传播学理论，认真吸取其有益营养的同时，不少学者已在思考传播学理论在中国的运用和深化的问题，虽然人们对西方传播学理论的消化还显不够，但在应用研究方面却走在前头。可以说，在"系统了解、分析研究、批判吸取和自主创造"的指导思想的影响下，最有成绩的是传播学理论在实践中的运用，并且成为新闻与传播改革的重要内容。

第一节 北京调查与受众研究

研究受众不仅是传播学研究的重要内容，更是新闻传播媒体生存发展的重要动力。我国新闻界和学术界早在1982年就开始运用现代传播理论和传播学的定量研究方法研究受众，对推动我国新闻改革，深化传播研究起了重要作用。

一、陈崇山与受众调查

陈崇山是中国社会科学院新闻与传播研究所研究员、教授，她致力于运用实证研究方法，将定性分析与定量分析相结合，探索受众（读者、听众、观众）接受新闻传播的规律，推动了我国受众研究。1982年她组织首都新闻学会调查组，首次在北京地区开展大规模受众抽样调查，受到国内外新闻界和传播界的关注，被誉为"中国新闻史上的一次突破性行动"。次年她又主持浙江首次全省受众调查，1986年受委托主持《人民日报》全国读者调查，1987年在乌鲁木齐地区进行首次民族受众调查，1988年组织对第七届全国人大代表和政协委员作"对新闻改革态度"的调查，1990年参与主持"亚运会广播电视宣传效果调查"，1991年和1992年先后参与主持浙江、北京的第二次受众抽样调查。主编《北京读者听众观众调查》、《中国传播效果透视》和《媒介·人·现代化》，编辑《中国社会心理的轨迹》等书，另外还发表论文80多篇。1985年主持了全国报纸调查，主编了《当代中国报纸大全》。陈崇山是我国著名的受众研究专家。

二、北京调查

我国传统的受众调查，普遍采用的是个别访谈和召开座谈会的方法，正如陈崇山在《民意调查在中国》一文中所说的，这种方法"毕竟只能反映少数人的意见，对民意缺乏定量的分析。尤其在极左思想占统治地位的时期，这种调查方法的主观随意性强，调查者往往用阶级分析的观点先验地将人群划分为敌我友，或以政治表现为准绳，先验地将人群划分为左中右，划分的标准是以我为核心，顺我意者为左派、为同志、

为友人，逆我意者为右派、为异己、为敌人。对调查资料的取舍同样具有主观随意性，合我意者大肆宣扬，悖我意者压制打击，强调舆论一律，排斥不同声音”，“不能完整地、全面地、准确地反映民意。”[1]北京调查具有里程碑的意义，它被我国新闻界公认为用现代方法研究受众的起始点。北京调查有几个特点。

1. 组织调查的机构有权威性

由中国社会科学院新闻研究所发起，与中共中央机关报《人民日报》、中华全国总工会机关报《工人日报》、中国共产主义青年团机关报《中国青年报》和北京广播学院共同组织。这是一个“科研、教学、实践”三结合的调研组，达到了知识互补、共同提高。

2. 以人为本

北京调查确定以人为本位，着重研究受众接触媒介的行为(频度、时间、习惯)、受众对媒介内容的兴趣及偏好、受众对新闻报道的信任度及产生不信任因素的原因等。鉴于当时电视的发展已相当普遍，许多受众既听广播、看电视又读报纸，集多种接触媒介行为于一身，因此，调查首次对报纸、广播、电视的传播效果作了综合考察。不仅考察现实受众，而且考察潜在受众。

3. 抽样方案规范

由北京市统计局以北京地区12周岁以上人口为总体，采用多层抽样法，严格按照随机原则，首次用计算机抽选样本。

4. 实施入户问卷访问认真

由组织调查的机构派人参加的调查组，严格执行抽样方案，保证质量，共调查95个单位计430人，并对10%的样本进行复查，不合格者推倒重来，最后，获有效问卷2 423份，回收率达99.7%。

5. 首次用电子计算机统计分析受众调查数据

调查中委托北京市计算中心分析处理数据和资料。当时国内还没有社会科学统计软件，统计程序都是由自己设计。统计工作进行了两个月，只做了简单的频次分析。因为当时我们缺乏统计知识，提不出更多的统计要求。计算中心也是第一次做社会科学方面的统计。

6. 调查结果公开报道，国内外反映良好

调查报告公开后，《中国日报》在1983年1月30日的国内新闻版

---

① 陈崇山、弭秀玲：《中国传播效果透视》，沈阳出版社，1989年。

头条位置发表了,次日,新华社新闻稿英文版、香港《文汇报》及关联社予以转发。《中国新闻学会通讯》1983年第5、第6期合刊出专刊,《中国新闻年鉴》1983年版首次开辟"读者、听众、观众调查"栏目,刊登全部调查报告。1995年1月,工人出版社出版《北京读者听众观众》一书,同年纽约SHARPE出版社出版的《中国社会学和人类学》从书夏季号,将北京调查的全部报告译成英文发表,在国外引起很大反响。美国著名传播学者、斯坦福大学传播系教授艾文·罗杰斯评价道:"北京受众调查是按照马克思哲学标准理论框架设计的,但它遵循传播研究的方法及西方和第三世界学者的实验理论方法,着重于注意这些方法与马列主义及中国具体实践相结合。""这次调查说明在很短的时间里,中国传播研究者在进行调查研究方面取得了巨大的进步。"日本上智大学教授春原昭彦则说:"可以预想,随着科学方法的运用和各种基本资料的不断充实,中国的学术研究将会取得惊人的进步。"而国内新闻界则认为北京调查是"我国新闻史上一次突破性的行动"。

三、北京调查的影响与意义

1. 开创了我国新闻学实证研究的新领域

经历了17年的实践,定量分析与定性分析相结合的实证研究方法,基本上已被新闻界普遍接受。据《中国新闻年鉴》"读者、听众、观众"栏目记载,从1983年至1998年,已记录有受众调研成果131项(实际上还有些有价值的成果未收入),其中读者调查58项,听众调查26项,观众调查20项,听众和观众调查4项,读者、听众、观众综合调查3项,专题调查15项,其他调查5项。除台湾省外,全国30个省、市、自治区都不同程度地组织或参与了受众调查,其中北京、浙江、江苏、天津、上海、贵州、湖南、湖北、河南、河北、云南、四川、新疆、安徽、山东、陕西、山西、广东、广西、黑龙江、辽宁、宁夏、福建、深圳等省市的媒介机构,除了参加中央电视台组织的全国电视观众调查外,也都独立组织过受众调查。最活跃的是中央级媒介机构、新闻研究机构和新闻教育机构。

2. 受众观念增强

由于受众研究普遍开展,媒介受众意识增强,许多媒介重视根据受众的兴趣需要改进新闻报道。1986年《人民日报》改版时,提出了要把报纸办得使读者感到"可读、可亲、可信"的口号,在具体讨论版面安排时,社长钱李仁和总编辑谭文瑞,要求各部主任都带上读者调查的数

据，根据读者的阅读兴趣调整版面，阅读率低的栏目被取消。天津人民广播电台副总编辑孙福第，把节目按收视率排队，然后深入后列节目的部组，帮助他们提高节目质量，使后列节目跃进到前列。上海电视台创建于1984年的"观众中来"节目很受观众欢迎，但随着城市改革的深入，出现了许多错综复杂的新问题因得不到解答，这个节目的收视率降到了第七位。他们及时采取措施，把节目改成"新闻透视"，针对观众关心的问题加强解释和评论，为观众释疑解惑，这个节目的收视率又上升到第三位。

3. 培养了调查人才

一支从事受众调研的专业队伍在实践中不断壮大，受众调研组织也不断出现。继北京新闻学会的受众调查研究小组之后，1986年10月，我国第一个非官方的舆论调查机构——中国人民大学舆论研究所诞生，该所经常就社会热点问题开展调查研究，反映社会舆论。1991年1月2日，中国广播电视学会受众研究会在广州宣告成立，会长王传玉（现任会长罗明）、名誉会长赵水福。该会经常支持、参与广播电视机构开展受众调查，并组织力量编著、编译，出版受众研究的有关书籍和文章，举办调研人员培训班，评选受众调研优秀论文，出版《受众研究委员会通讯》。它是中国广播电视学会下属的48个专业研究委员会中，唯一研究受众的组织。

第二节 全国人大代表和政协委员调查

全国人大代表和政协委员是我国各族人民的代表，是国家政治经济建设的精英和智囊团，在我国社会主义建设中起着举足轻重的作用，调查和了解人大代表和全国政协委员对我国新闻改革的态度，对于加快我国新闻改革的进度，坚持新闻改革的方向具有重要意义。这次调查有社科院新闻所和首都新闻学会联合组织，在中共中央宣传部新闻局、全国记协及"两会"秘书处的帮助下，用同一问卷，由中国社会科学院新闻研究所同首都新闻学会调查组，对第七届全国人大代表和政协委员进行了一次关于新闻改革的整体调查（简称"两会"调查）。这次调

查是中国社会科学院国情调查的组成部分。

对全国政协委员的调查委托政协秘书处于4月8日会议行将结束时进行，共发放问卷2 051份，回收510份，其中有效问卷仅472份。有效问卷占发放问卷的23.0%、占回收问卷的92.5%。对全国人大代表的调查采用通讯方式，因缺少中国人民解放军代表团名单及部分代表通讯地址不详，实际只寄出问卷2 117份。自5月26日寄出问卷，截止9月1日，共回收有效问卷1 542份，回收率为63.02%（国庆节后又陆续收到6份问卷，因统计工作结束，未计人）。"两会"调查数据均由人民日报科技处用电子计算机分析处理，共计22.75万字符。人大代表和政协委员对新闻改革提出的书面意见11万字。

调查显示：

有41.4%的人大代表和33.7%的政协委员表示最喜欢读《人民日报》，在由代表、委员自由填写后归纳的21种（类）报纸中居首位。《光明日报》、《经济日报》、《参考消息》和上海《文汇报》，也有较多的代表、委员表示喜欢。

最喜欢收听中央人民广播电台新闻节目的人大代表为1 018名，占66.0%；政协委员242名，占51.3%。最喜欢收听地方电台新闻节目的人大代表95名，占6.2%；政协委员9名，占1.9%，还有3名委员最喜欢收听"美国之音。"

最喜欢收视中央电视台新闻节目的人大代表1 192名，占77.3%；政协委员309名，占65.5%。最喜欢收视地方电视台新闻节目的代表93名，占6.0%；委员15名，占3.2%。

这次调查是我国首次通过问卷方式了解国家高级公务员对新闻传播效果的态度。

调查表明：

有48.4%的人大代表和34.3%的政协委员感到不大满足和不满足，因此，分别有52.8%代表和51.7%的委员要通过阅读内部资料及其他（如人际传播）等方式获取信息，以弥补公开报道之不足。但是由于目前我国在信息的享用方面亦存在着等级制，处于不同社会地位的代表、委员享用信息的机会并不均等。这些问题在代表中尤为突出，不少来自基层的代表很少有机会阅读内部文件或内部参考资料，因此，在这部分代表中均有半数以上的人认为公开的新闻报道不能满足他们获取新闻信息的需要。感到不满足者在工人代表中占54.6%，在个体劳

动者中占58.4%，在商业服务业人员代表中占60%，在武警代表中占62.5%，在农民代表中竟高达73.7%。这是由于这部分来自基层的代表所能接触到的信息量不多。

相关分析表明，人大代表、政协委员的教育程度同对公开新闻报道的满足度呈负相关，Gamma相关系数分别为－0.315和－0.157，即教育程度越高，对公开的新闻报道愈不满足。不少代表、委员在书面意见中批评目前新闻报道“禁区太多”，“让人民知道的消息太少”，“公开性和透明度不够”。同中共十三大提出的“重大情况让人民知道，重大问题经人民讨论”相去甚远。一位1922年出生的民主党派知识分子代表写道：“迎合领导意图，作片面报道，可能导致重大决策错误，造成很难补救的损失。”另一位1937年出生的党员知识分子代表指出：新闻改革的重点应是变（新闻媒介）由少数领导人的喉舌为人民大众的喉舌。新闻报道一要新，二要实。最令代表、委员不能容忍的是新闻“出口转内销”，一些代表、委员在书面意见中指出，这种做法是“对国家不利”的“不正常现象”，既侵犯了人民的知晓权，又“为《美国之音》制造听众”。有位代表疾呼“重大新闻不要‘出口转内销’”。

统计数据表明，人大代表、政协委员对待新闻改革有几种倾向性看法。

新闻改革要遵循开放的原则。有93.5%的代表和92.1%的委员认为“新闻媒介对本次大会的报道活跃，会后应保持和发扬”，平均值分别高达4.71和4.59（5为满分），标准差仅分别为0.64和0.68，是评价最一致的一项，说明绝大多数代表、委员认为新闻媒介的日常报道亦应如大会期间一样活跃，以打破沉闷的现状。

新闻改革要遵循平等的原则。有93.2%的代表和93.7%的委员赞同“报纸应该按照法律面前人人平等的原则，批评一切不良现象，不受级别限制”，平均值分别高达4.70和4.71（5为满分），标准差仅为0.70和0.68。发挥舆论监督作用，批评一切不良现象，创造廉洁政治，是当今社会议论的热门话题。数千年来“刑不上大夫”的封建残余尚未彻底肃清，造成“批评一般干部多，批评领导干部少”的现状，不仅一般公民不满意，代表、委员也不能容忍。

新闻改革要遵循自主原则。有58.4%的代表和61.8%的委员认为“新闻媒介报道什么应由编辑部决定”。一些代表、委员在书面意见中呼吁要削减对新闻界的行政干预，尊重新闻从业人员的自主权。有

位1926年出生的民主党派领导成员代表写道:"新闻对法律负责,必须有独立性,政府官员无权干预新闻。"一位既是中共中央委员又是政协委员的代表说:"为了体现我们国家新闻报道的自由,本人建议,目前对新闻界要实事求是,对于一些事件的报道不应管得太死。"

在近11万字的书面意见中,绝大部分是对新闻界的意见和建议,不少人大代表、政协委员对于目前新闻报道中的不真实、片面性、报喜不报忧、明显的吹捧和拔高、有偏见的褒贬及对重大情况的隐报等现象,都提出了尖锐的批评,尤其对有的记者不讲职业道德、谋取私利的行为表示极大的愤慨。因此,新闻界要争取社会对新闻改革的理解和支持,必须严格自律,纠正新闻队伍本身的不正之风,加强职业教育,努力提高新闻队伍的素质。在诸多建议中,有位担任民主党派中央委员职务的代表提了一条实质性的建议:"新闻行业系统应独立于行政系统……它受法律制约,如有失实受法律处分。"这项建议应作为新闻改革的目标,让全社会和新闻界引起高度重视。

这次调查的意义不仅在于调查国家公务员和人民的代表对新闻改革的态度,还在于通过社会的、学术的和民间的方式,而不是用行政的方式,公开地而不是内部控制的方式进行调查,调查结果向社会公开,体现了科学的学术自由的程式。

第三节 《人民日报》全国读者调查

1986年开展的《人民日报》全国读者调查是中国大陆首次以第一大报为对象,调查全国读者的意见。这次调查于8月12日至31日,在全国18个省、市、自治区的30个市、县开展。为确保被调查者必须是本报读者,这次调查以本报发行量为标识,平均750份报纸抽取1名调查对象。采用多级抽样法抽取样本,先用电子计算机将全国市、县按本报发行量多少排队,严格按照随机原则抽取30个市、县作为调查点;每个调查点按本报订户排队抽取调查单位(大城市先抽取邮局的支局,再抽取订户),然后按阅读本报的职工名单抽取调查对象。每个调查点调查170人,共计样本数为5 100人,回收有效问卷5 061份,回收率达

99.2%。并用同一问卷，对30个市、县的党委会成员作了整体调查。

调查采用统一问卷、直接面访方式。《人民日报》的编辑、记者、中国社会科学院新闻研究所的科研人员及研究生院新闻系的研究生共22人担任调查员。调查问卷包括调查对象的性别、年龄、职业、文化程度；阅读本报的目的、习惯、兴趣；对本报的评价，以及对本报改革的意向等共21个题目。调查显示，《人民日报》干部读者多，中年读者多，文化程度高的多，读者较为稳定。

《人民日报》调查组在总结这次调查结果后指出，广大读者对《人民日报》的改革提出六条意向：

一、强化政策宣传，突出《人民日报》的大报特色

许多读者感到《人民日报》在政策宣传中重视自上而下的“传达”，忽视自下而上的“反馈”，来自人民、来自实际的信息不及时、不充分，对政策贯彻过程中出现的新情况、新问题研究得不深，反映得不透，以致有时在政策宣传中产生片面性和不稳定性，影响宣传效果。

调查数据表明：有82.2%的读者赞成本报“应加强对政策执行过程中出现的新情况、新问题的研究和报道”，在30项改革意向建议中居首位。在26岁以上的读者及在初中以上文化程度的读者中，持赞成态度的人均在八成以上，表明了本报主体读者共同的心声，也为本报改进政策宣传指明了主攻方向。有53.7%的人主张本报应针对社会上出现的新情况、新问题，“经常刊载一些有权威、有分量的专论”，为读者释疑解难，加强政策宣传的系统性和理论性。但请注意有46.9%的读者认为“单纯指导工作的稿件不宜过多”。

二、反映多种声音，加强舆论监督

《人民日报》是党的报纸，又是人民的报纸。有79.8%的人主张本报“应多登读者来信，充分反映人民的呼声”。这是不同阶层读者共同的要求。数据表明，越是基层的读者，要求越强烈。对这一主张持赞成态度的人，在机关团体企事业单位负责干部中仅占71.0%，但在商业服务业人员中占81.6%，在产业工人中占83.4%，在农林牧渔劳动者中占85.8%，在军人中占87.8%。这说明本报应多反映占人口绝大多数的工人、农民、解放军战士的呼声和要求，多反映来自基层的反馈信息，以充分发挥上情下达、下情上达的作用，密切同人民的联系。

还有61.4%的读者主张本报“应增加为读者服务的内容”。赞成这一主张者在产业工人中占63.9%，在农林牧渔业劳动者中占67.3%，在商业服务业人员中占67.5%。

三、扩大报道面，增强新闻性

《人民日报》是一张综合性日报，读者虽以干部为主，却又包括全国各行各业不同性别、不同年龄和不同文化程度的人，呈现一个多层次立体化的读者结构。这就要求本报必须确保报道内容的多元化，以满足读者兴趣的多样化。比如社会新闻，本报刊登不多，这次调查中有48.2%的读者要求“扩大社会新闻的报道面和报道量”。又如工业新闻、农业新闻和商业新闻，似乎读者的共同兴趣不大，爱读率均未超过三成，然而读者的特殊兴趣也不可忽视，本报的农林牧渔劳动者读者中就有79.0%的人爱读农业新闻，产业工人中有40.6%的人爱读工业新闻，商业服务业人员中64.6%的人爱读商业新闻。

实现报道内容的多元化，首先应确保头版内容特别是头版头条内容的多元化。有77.3%的读者赞成“头版头条新闻的选择标准，应以新闻价值的大小为标准”。有66.1%的读者主张“重大国际新闻登第一版，甚至上头版头条”。不拘一格选头条，将使本报面目一新。

求新，是读者的共同意愿。从多数读者赞成的改革意向建议中可以看出，读者普遍要求加强报道的新闻性，扩大信息量，如有67.2%的读者要求“国际新闻版应多登新闻，少登文章”，有60.5%的读者希望“多登国外经济、文化、科技等信息”；有76.3%的读者认为理论版的“文章不宜太长”，“应多登反映新观点、新见解的学术动态”（占71.3%）；有68.0%的读者认为“一般会议讲话、文件可不登或摘要刊登”，主张“会议新闻应压缩，只报道其中有新意的内容”（占74.8%）。这些，从不同侧面表明读者希望本报各方面改革的要求和呼声。

第四节　全国电视观众调查

近30年来，特别是1978年以后，我国的电子传播发展很快，电视

节目制作水平大幅度提高，电视对人们的影响越来越大。为了了解电视观众的基本情况，发现电视观众收看行为中的客观规律和影响电视观众收看电视节目的若干障碍，使电视传播发挥更大的社会效益，中央电视台与全国省、直辖市、自治区级电视台（宁夏和陕西没有参加）联合进行了全国电视观众抽样调查，时间自1987年6月始至1988年1月止，历时8个月。

这次抽样调查基于这样一种理论假设：电视观众的收看意识来自于自身的文化素养、职业及周围环境的影响，电视要最大限度地影响观众，就要最大限度地被观众接受。

这次调查采用的是问卷形式，在问卷设计中，根据假设命题，考虑了一个反映观众与电视基本关系的三层次结构框架：基本情况层次；行为反应层次；心理感受层次。所有问题都围绕这个结构框架提出。

这次调查样本抽取采用二相分层抽样方式进行。一相样本有国家统计局城乡抽样调查总队的全体调查户构成，二相样本从一相样本中抽取，并以性别、年龄、文化程度和职业作为分层标志。出于组织方式上的考虑，这次调查的抽样工作分省（市）单独进行。为保证把抽样误差控制在3%之内，规定各省（市）样本数的最低限度为1 000人。鉴于我国农村人口虽多但同质性较强，而城市人口虽少但差异性较强的特殊性，采用城乡不等比抽样方法。具体做法是：各省（市）城市子样本规模800—850人，农村子样本规模200—250人，然后用加权统计方法，对其产生的误差加以校正。最后在全国共抽取样本24 893名，其中城市样本19 970名。

中央电视台总编室在总结这一调查时，提出了全国观众的五个感受[1]，这里摘要介绍其中四个方面。

一、电视观众对电视广告的看法

广告是现代社会发展的必然产物，社会越向前发展，信息量就越大，广告的作用就越加不能取代。

绝大多数电视观众不反对电视中播放电视广告。调查结果表明，认为广告"必不可少"和"可以有"的电视观众合计为75%，这说明电视观众认可电视广告的存在。然而，对于电视广告的数量，认为"合适"和

---

① 陈崇山、弭秀玲：《中国传播效果透视》，沈阳出版社，1989年。

“少了”的仅占27%，其中，只有2%的电视观众认为广告“少了”。这一结果反映了电视观众的矛盾心理。一方面他们认识到了广告存在的必然性，并从中获得了或多或少的好处，另一方面，又为广告繁多影响收看其他电视节目不满。我们在以往的观众来信和电话中也发现了这种倾向，特别是在播放较受欢迎的电视节目时，这种倾向便越发突出。这种情况的发生同电视广告的信息含量与制作质量有着紧密的联系。广告除了其内含的信息之外，其外在表现形式应该是艺术作品。而我们目前的电视广告能称得上艺术作品的确实为数不多。如果广告的内容与电视观众的联系不大，且制作质量又很粗糙，它当然不会为观众接受。认为电视广告质量不错的电视观众仅占观众总数的22%，而认为质量不高的电视观众比例则达到了36.5%。此外，42.5%的电视观众对广告质量持无所谓态度。可以肯定，目前播放的电视广告的质量确实没有达到令观众满意的水平。

二、香港和国外影视剧的播放基本上得到观众肯定

近些年来，我国各级电视台播放了大量的香港和外国的电影电视剧。为此，曾引起了一定程度的争论，特别是外国电视连续剧的播放，更是褒贬不一，众说纷纭。有人认为外国的影视剧占据我们的电视屏幕，会对我们的电视观众起到不良影响；有人则认为，播放外国的影视剧能使我国电视观众开阔视野，发现差距，增强民族的危机感和使命感，而且在艺术上也颇多借鉴与学习之处，这对于提高我们自己的影视剧质量无疑会有很大帮助。那么，我国的电视观众对此持什么样的态度呢？

有47%的电视观众认为香港和外国的电影电视剧应“择优播放”，有25%的电视观众认为应多播放，两项比例合计为72%。认为播得多了应加以控制的电视观众仅占12%，此外，16%的电视观众持无所谓的态度。这些结果表明，大多数观众对播放香港和国外的电影电视剧持肯定态度。

在以城乡分类来分析电视观众的态度时，我们发现，城镇观众选择“择优播放”的比例为52%，高于农村观众对这项答案的选择比例38%。但在选择应“控制播放”的比例则是农村高于城镇，分别为17%和9%。若以文化程度分类来分析，选择“择优播放”的电视观众随着文化程度的提高，其比例也相应增高，到大学文化程度，选择“择优播

放”的比例达到65%，明显高于全国平均数47%。

三、电视观众选择节目类型的意向

有46%的电视观众把“有情节、故事性强、能娱乐消遣”的电视节目排在第一位；有42%的电视观众把“与我生活联系密切，能帮助我了解和认识世界”的节目排在第一位。这种结果与我国目前的社会状况是一致的。我国目前的绝大多数地区，娱乐场所很少，特别是在夜晚，可供人们消遣娱乐的去处就更加有限，于是很自然地，电视便成了人们调节紧张生活的寄托，因此，希望电视中播放轻松的能使他们消除疲劳的电视节目便是顺理成章的了。同时作为综合文化形态的电视，既可以播出知识性节目，开阔观众的视野，又能报道和传送与观众紧密联系的社会信息。电视的声画并存的传播方式可以使观众在舒适、熟悉的环境中获得大量信息。这便使电视观众产生了一种习惯性心理趋向，他们希望在电视中了解自己在社会中的位置，提高自己的认识能力、分辨能力。因此，有42%的电视观众把“与我生活联系密切，能帮助我了解和认识世界”的节目排在第一位。

对以上两类节目的选择意向，在各类电视观众中又有差别。农村观众选择“有情节、故事性强、能娱乐消遣”的节目趋向要高于城镇观众，前者为57%，后者为33%。相反，选择“与我生活联系密切，能帮助我了解和认识世界”的节目趋向，则又是城镇观众高于农村观众，分别占观众总数的47%和33%。

四、电视观众对有关电视的13种评论的认知态度

在问卷中，我们列举了对电视的13种评论，积极评论6个，消极评论7个。目的是了解电视观众对电视传播媒介的各种社会功能所持的态度。

在有关电视的13种评论中，有至少40%以上的电视观众对有关电视的积极评论持肯定态度，其中，态度取向最积极的是“电视节目可以丰富人们的业余文化生活，满足人们的精神需要”，比例高达86%，而且，各类电视观众的肯定程度基本一致，比例均在80%以上。这说明电视的娱乐、消遣功能得到了广大电视观众的充分认可。而对其他5种积极评论的肯定程度则因电视观众的类别不同而表现出一定程度的差异。对“电视是现代社会的一大支柱，人们由此接受到许多社会情

报而不使自己落伍"，有54%的电视观众表示赞同。以城乡分类来看，城镇观众较农村观众的态度来得积极，其比例分别为57%和47%。这是对电视的信息传播功能的肯定。

"电视渗入千家万户，对人们的生活起指导作用"的态度实际上是测试电视观众对电视的宣传教育功能的反应。有55%的电视观众对这一评论表示赞同。各类电视观众对这一评论的态度没有明显差异。

对"电视传播迅速、逼真、生动，能及时影响社会"，也是对电视的宣传教育功能的测试，有45%的电视观众持肯定态度。同第二种评论一样，各类电视观众对这种评论的态度也无明显差异。

在对电视的消极评论中，以"电视助长了少年的早恋意识"的比例最高，占观众总数的25%。其中，农村观众肯定的程度高于城镇观众，比例分别为32%和22%。当然这并非说明农村中少年的早恋行为要多于城市。而是由于城乡电视观众的思想观念有所不同，在农村，电视又是少年观众接触外部世界的最主要媒介。如果少年的早恋行为较以前多了，部分电视观众很可能将早恋行为归咎于电视。

有21%的电视观众同意"电视影响人们学习、工作、睡眠"的说法，这个比例在消极评论中名列第二。客观上，收看电视节目确实与人们的学习、工作和睡眠有一定的矛盾。但造成这一矛盾的责任不应完全由电视系统来承担。这是一个比较复杂的社会问题，在其他国家中也有这种矛盾存在。电视系统应该注意的是，尽可能把观众面广和较受观众欢迎的节目排在前面，同时，不要把节目播出时间安排太晚，避免影响电视观众的正常休息和睡眠。

认为"电视助长了青少年暴力行为"的电视观众占19%，农村观众比例也高于城镇观众。

其余几种消极评论，因赞同的观众比例较低，略去陈述和分析。

第五节　中央人民广播电台全国听众调查

中央人民广播电台听众工作部于1988年委托中国社会调查所，在全国29个省、自治区、直辖市，进行了一次全国范围的听众调查，采用

全国城、乡分层抽样法，在12周岁以上居民中抽取样本3 000人，回收有效答卷2 832份，回收率达94.4%。经过专家论证，准确率达95%，可推算总体。调查结果分析如下。

一、七成听众晚上收听广播

这次调查问卷中，调查了我国听众收听广播的时段分布和收听中央台节目的时段分布。数据表明，60.9%的听众晚上7:00—9:00听广播，早晨6:30—8:00收听广播的占51.8%，有44.50%的人中午11:30—1:30收听。在中央台听众样本总数2 281人中，69.5%的人晚7:00—9:00听中央台广播，51.4%的人早晨6:00—8:00收听，中午11:30—1:30收听的人占46.8%。在这三个时间段里，以晚上7:00—9:00的收听率最高。中央台1987年调整改革节目时，在这三段时间都办了一些重点节目，早晨为新闻性节目的密集时段，晚上为文艺节目的密集时段，并有“全国联播”这一重点新闻节目，中午有以“午间半小时”为重点的一系列教育性节目。这样的节目布局，是符合听众收听规律的，对提高节目的收听率有一定的作用。但有一个问题应引起我们注意。晚上7:00—9:00时听中央台广播的人比早晨6:00—8:00多18.1%，而晚上播出的“全国联播”节目的收听率却低于早晨的“新闻报摘”。“新闻报摘”的收听率是75.7%，“全国联播”的收听率是75.0%，虽然只相差0.7%，但也应引起我们思考一些问题。为什么会出现这样的现象呢？一个是工作中的原因，近些年来对“全国联播”节目的重视程度逐渐淡了下来，有些重要稿件，明明可在联播中播出，也要留到第二天早晨的“新闻报摘”才播。据说是因为“新闻报摘”的影响大，用这样的指导思想来办“全国联播”节目，必然会使它失去一些听众。二是观念上的原因，衡量节目影响大小不是唯实，而是唯上。

二、听众喜欢中央台新闻节目

把握听众收听广播的目的和爱好，有助于节目编辑根据听众的心理、爱好和需要安排和组织节目。在回答收听目的的2 453人中，主要为获得新闻、了解国内外大事而收听广播的占53.9%，为了解党的方针政策的占21.0%，有12.9%的人为消遣娱乐，丰富生活。为获得对工作、生活、学习直接有帮助的知识和为学习科学文化扩大知识面而听广播的人分别为5.3%和3.8%。

据对广播节目喜爱度的调查和对收听目的的调查，反映出的听众意向是一致的。在被调查的2 453人中，把能够提供国内外大事信息的新闻节目作为第一位喜爱节目的占58.4%，把能够丰富人民文化娱乐生活的文艺节目作为第一位喜爱的占25.9%，其他喜爱程度依次为服务类5.5%，教育类3.5%，综合类2.8%，专题类1.5%。

调查结果表明，在广播宣传改革中，重点抓新闻改革是符合听众的意愿和需要的。同时，在我们这个有8亿农民的农业大国里，经济文化比较落后，农村电视机尚未普及，电力供应比较紧张，其他方面的文化娱乐生活比较贫乏，广播便成了丰富人民文化娱乐生活的重要工具。中央台一、二套节目的播音时间，文艺节目占了50%以上，因此对文艺节目的改革也应该提到重要的位置上。不同年龄、不同文化程度、不同职业的听众，对广播节目有着不同的需要和爱好。

三、听众对中央台节目比较满意

这次全国性抽样调查，对不同性别、年龄、职业和不同文化程度的听众各自收听广播的兴趣习惯爱好，对广播的风格、内容、可信度，有什么意见和要求，都进行了调查。总体看，听众对中央台节目较满意。

第七章

传播学研究中的不同学术观点

可以说，从1982年起到1989年“六四”风波之前这一段时间是1949年以来，中国新闻传播学研究的辉煌时期。“六四”风波中，新闻舆论界的作用令世人注目。“六四”风波后，人们在反思新闻界在“六四”风波中的作用时，对引进西方传播学问题展开了讨论，部分人对西方传播学的引进和传播学在“六四”风波中的作用提出了批评。实际上，“六四”风波不仅使已形成并深入发展的传播学学术研究断裂，也使人们对极“左”新闻学思潮的反思和清理的成果几乎丧失。传播学研究刚刚起步，却又陷入迷惘。

第一节　吴冷西和《新闻舆论界的作用令人深思》

首先对新闻界在“六四”风波中的作用提出批评，并对传播学的某些方面提出不同观点的是新闻界元老吴冷西先生。他在《新闻舆论界的作用令人深思》(以下简称《新闻》)一文的开首指出：“这次从动乱到反革命暴乱过程中，新闻舆论界的作用非常令人注目，令人深思。”他认为，在“六四”风波中“许多同志坚守岗位为其贯彻执行党中央的方针政策作了坚决斗争，尽了最大的努力”。然而他认为“首都新闻界也确实有许多人一时迷失了方向，对动乱起了推波助澜的作用”。

他在《新闻舆论界的作用令人深思》中说，“冰冻三尺，非一日之寒。”在这次动乱事件中，不少新闻单位一时迷失方向，这是长时期以来资产阶级自由化思潮泛滥的结果。在思想领域自由化思潮日益猖獗的

情况下，新闻领域的气候也受严重污染。

他认为，争论"最早发端于党性和人民性的争论"。他说，从革命根据地起，向来是党报为主体，向来是党报作为党的耳目、喉舌，向来是党报要坚持党性原则，准确、全面、充分、及时宣传党的路线、方针、政策，不得自作主张，不得闹独立性。但是，有些同志错误地总结"文革"教训和文革前"左"倾错误的教训，提出人民性高于党性，说什么"坚持党性会犯错误，坚持人民性不会犯错误"。鼓吹者自吹自捧，把人民性说得神乎其神，把自己吹得比党要高明得多，可以自行其是。不少人接受这种极其错误的观点，刮起了一股不当党的喉舌的歪风。这是新闻界自由化思潮泛滥的主要理论根据，也是这次动乱和反革命暴乱中某些新闻单位犯方向错误的思想根源。

他说，其实，这是极其荒谬的邪说。人民性是什么？谁来确定什么合乎人民性？还不是他自己。一个记者、一个编辑，怎么能够比党的集体智慧高明呢？这不过是西方资产阶级学者的"无冕之王"论的变种，其实他们的记者并不是什么"王"，而只是金融垄断资本的奴婢，这个政治集团或那个政治集团的奴婢。

他认为，当时许多人反对这种邪说，指出它的危险性，但鼓吹者固执己见，甚至成帮结伙地鼓吹并在他们力所能及的范围内推行。

他认为这就引起了当时党中央的干预，于 1981 年 1 月 29 日作出了关于报刊新闻广播宣传方针的决定，强调必须坚持四项基本原则，批评各种背离这四项基本原则的错误思想，必须增强党性，反对借口中央过去的错误而不服从目前中央领导的错误倾向，必须加强宣传纪律，不允许违反中央决定，自行其是。

但是，在改革大潮中，那些反对坚持党性原则的人又借新闻改革之机，鼓吹自由化倾向。他们大量引进西方资产阶级新闻理论，大肆鼓吹所谓新闻自由，抹煞新闻事业的阶级性。

他认为，三次反自由化，在新闻领域都夭折了。第一次没有触动；第二次搞了 28 天；第三次搞几天很难说。

他认为，新闻界搞自由化有两个特点：

一是多元化。他们鼓吹报刊、新闻、广播、电视的作用或功能或任务是多方面的：宣传政策、反映舆情、舆论监督、传授知识、交流信息、娱乐消遣、介绍商品等等。你不能说这样多种任务和功能没有道理，但问题在于这样做的目的和结果就把主要任务和主要功能冲淡了或者简直

就冲掉了。你提指导性，他提要群众性、知识性、娱乐性；你提办好党报，他提要团体办报、民间办报、个人办报；你提同中央保持一致，他提反映多种声音。总之是使报刊的主要性质、任务、作用，淹没在多种多样的要求之中，美其名曰多元化，实际上是取消报刊的主要任务。他们反对报纸是党的喉舌，连"是党和政府的喉舌，也是人民的喉舌"的提法也不接受。

二是中性。这是一种虚伪的手法。就是说，他们极力宣扬一种理论，给新闻事业定出一个既不是酸性，也不是碱性，而是中性的定义。具体说，把报纸、通讯社、广播电台、电视台统统叫做"传播媒介"。你不能说它们不是传播媒介，这是不同阶级或不同利益集团都可以接受的，但这四个字能解决什么问题呢？这等于说报纸是新闻纸一样。它只能说明，这个中性定义是为回避新闻工具的阶级性或政治倾向性。因为问题的实质在于传播什么、为谁传播、由谁传播、怎样传播。这里不可避免地因倾向不同而不同，因阶级、阶层、社会集团的不同而不同。那些"传播媒介"的鼓吹者，就是这样虚伪地掩盖他们的目的，就这样以所谓的"真实"、"客观"、"公正"来欺骗群众的。

吴冷西先生指出：什么是"真实"？《美国之音》、台港不少报刊说血洗天安门广场是真实，我们说天安门广场没死一个人是真实。

什么是"客观"？《美国之音》说解放军乱杀群众是客观，我们说反革命暴徒杀害解放军、解放军被迫还击是客观。

什么是"公正"？《美国之音》把动乱说成是"爱国学生运动"或"民主运动"叫做"公正"，我们把政治阴谋分子煽动、策划和操纵的反党反社会主义的活动称之为"动乱"以及后来发展为反革命暴乱，这才是真正的公正。

他认为，所谓"真实"、"客观"、"公正"，不同阶级、不同社会集团都有不同标准的。我们共产党人毫不隐瞒自己的立场和观点，我们是以辩证唯物主义、历史唯物主义的世界观和历史观的标准来看待真实、客观、公正的，我们讲的是本质真实，事物本来面目的客观，以人民利益为准绳的"公正"。

吴冷西先生认为，以上两个特色，也在相当程度上反映了整个意识形态领域自由化的特点。拿多元化来说，经济上以多种经济成分为由鼓吹私有制，政治上以经济多元化为由鼓吹没有共产党领导的多党制；思想上以经济多元化为由鼓吹否定马克思主义为指导思想的自由化。

拿中性化来说，经济上鼓吹商品经济无社会属性，政治上鼓吹国家机构(政府、军队、警察、法庭、监狱)也没有阶级属性。

吴冷西先生认为，由于长期受资产阶级自由化思潮的侵袭，不少报刊、广播电台、电视台几年来表现了消极对待四项基本原则的宣传，发表了许多宣扬自由化的东西。

有同志说，枪杆子是牢牢掌握在共产党的手中的，但笔杆子不都是在共产党手中，甚至可以说，相当一部分不在共产党手中。这在新闻界相当突出。

吴冷西在《新闻》一文中以电视片《河殇》为例说：这部长达6集的电视片，恶毒攻击中国民族文化，狂热鼓吹全盘西化。这不是真正的灌输吗？不是彻头彻尾的"说教"吗？但它却被吹捧为创造性的"电视政论"或"政治电视"，一播再播，流毒全国……在这次动乱和暴乱中，不仅全世界的新闻界都各自上台表现了自己的真面目，中国首先是首都的新闻界也各自表演了自己的角色。有些同志表现是好的，有些表现很不好，许多同志痛心地说，"中央党报同党中央唱反调"。

关于"六四"风波，吴冷西说北京的动乱以至反革命暴乱事件，给新闻界以极其沉痛和极其深刻的教训。我们应当牢牢记住：在意识形态领域，无产阶级不去占领，资产阶级就去占领。新闻舆论阵地，必须坚定不移地坚持四项基本原则，贯彻始终地反对资产阶级自由化。

吴冷西提出要整顿新闻界，并从三个方面去整顿。

第一，新闻队伍需要整顿。新闻队伍的素质要大大提高，首先是政治素质。特别是领导核心必须是坚定的马克思主义者。这几年，因为队伍迅速扩大，坚强骨干力量稀释了。大批青年人参加进来，这有增加新鲜血液的好处……但放松了思想政治工作。这都要努力加以改进。要加强党性教育，加强马克思主义、爱国主义的教育，加强宣传纪律教育和职业道德教育。绝对不允许"一切向钱看"的思想腐蚀新闻队伍，要切实保证新闻界的清廉。

第二，各高等学校的新闻教育，要进行大幅度的改革，要坚持马列主义、毛泽东思想为指导的中国新闻学理论，强调继承和发扬新闻工作者的光荣传统，抵制西方资产阶级反动的新闻思想。

第三，新闻改革，首先是要贯彻三大作风，保证它成为党、政府、人民的耳目、喉舌。新闻自由，既要保证行使权利，又要保证承担义务，总的要有利于坚持四项基本原则，又有利于改革开放。双百方针仍然要

贯彻执行，既要保证宣传四项基本原则、反对自由化的自由，又要保证宣传改革开放的自由，反对旧思想、旧观点、旧方式的自由。各种作用，首先是保证宣传贯彻党的路线、方针、政策。反映客观信息、各种声音，沟通社会对话，实行舆论监督，都是为了更好地宣传坚持四项基本原则，更好地宣传改革开放，而不是助长资产阶级自由化。

传播知识，娱乐消遣，是为了提高人民群众的文化、道德和健康水平，而绝不是散布资产阶级的腐朽思想和生活方式。

吴冷西在《新闻》一文中首先提到的是新闻的人民性问题。关于这个问题的争论，由来已久，1949 年以来至少有三次。这里作一客观介绍。

新闻有没有人民性的问题？应该有，新闻没有人民性，就不是人民的报纸。在我国，报纸还必须坚持中国共产党党性的原则，因为党是人民利益的最高代表。中国共产党是人民利益的保护者和代表者，这是中国共产党的性质决定的，党的利益符合人民利益。但党是社会的产物，是阶级斗争的产物，党能否永远代表人民的利益，能否一直代表人民利益，要看党的领导者能否坚持党的原则，代表党的利益，从而代表人民利益。党在它的历史上曾经走过弯路，党内掌握最高权力的人（如“四人帮”）曾经背离了人民利益，它的人民性原则同党性原则就是矛盾的，或者是不统一的。为什么有学者提出，新闻的党性原则和人民性呢？他们认为新闻只提党性原则，而忽略了人民性原则，是不全面的，人民是党的生存的理由，党产生于人民之中，党有时会犯错误，有时无法代表人民利益。尽管这不是党的愿望和初衷。坚持党性原则高于人民性原则的人则认为，党是人民利益的最高代表，把党性原则同人民性原则并列实际上是只要人民性，不要党性。有人认为，党性同人民性是统一的，但只提一个方面是不科学的，只提党性原则而不提人民性容易使一些党性原则不强的人忘记人民，或者以党性为借口去压迫人民；只提人民性而不提党性，容易淡化党对新闻工作的宗旨与要求。1982 年 3 月，胡乔木在一篇文章中认为“人民性”是个含混不清的概念，建议不要再用这个提法，得到了时任总书记胡耀邦的赞同。1989 年 11 月 28 日，江泽民同志在一次讲话中指出：“提出‘人民性’高于党性，实质就是要否定和摆脱党对新闻事业的领导。”

吴冷西认为西方的记者是资产阶级的“奴婢”这一说法，有人认为也可以讨论。西方的新闻媒介的性质比较复杂，要具体分析。西方的

新闻媒介也有左派控制的，西方新闻记者，也有揭露西方社会黑暗与丑恶的。马克思就办过报纸，他是西方人。我国党和国家领导人的声音和观念也经常通过西方记者和西方媒体进行传播的。

关于新闻功能是多元的、新闻是中性的这两个问题到今天似乎都已不必再去争论了，因为，多元是新闻功能的客观反映，党和国家领导人也曾指出，发挥传播媒介的多功能作用。新闻传播的多功能已被大部分人所接受，把广播、电视、报纸称为“传播媒介”已经没有争议。

第二节 李洪启与《坚定我们的新闻观》

关于对西方传播学的态度，在中国大陆高校系统和研究机构，大部分人是达成共识的，就是全国首届传播学讨论会上提出的“系统了解，认真研究，批判吸取，自主创造”十六字主张。这个主张现在看来还是比较科学和严肃的，是符合近20年来传播学研究实践的。但对西方传播学的不同认识也一直存在着。如果说吴冷西在他的《新闻舆论界的作用令人深思》一文中，对我国大陆引进西方传播学表示深深担忧的话，李洪启先生的《坚定我们的新闻观》（以下简称《坚定》）则进一步对西方传播学提出了这一问题。

李洪启先生在他的《坚定》一文中，开门见山地写道：“改革开放，成绩卓然。但是同时也伴生出一些新的问题。国门敞开了，随着西风东渐，形形色色的西方资产阶级新闻理论思潮涌入国内，新闻界各种资产阶级新闻观点也流行起来。其中流行较广、影响较大的要算大众传播学。它给新闻界带来了骚动，甚至引发了新闻舆论的某些失衡。”

他说，这种西方资产阶级新闻理论，自从80年代初引入国内，某些报刊便连篇累牍地发表文章，不加分析不作批判地进行传播，使新闻研究和新闻舆论受到强烈的冲击和震撼。不少人通过写文章、演讲、做学术报告等，鼓吹在中国推行“大众传播”。由于传播理论的刺激，国内“大众传播研究热”随之兴起。一些同志名之曰大胆探索和勇于开拓，却背离马克思主义的新闻理论原则，大讲“大众传播理论”是超阶级的“现代意识”，在理论方面公然或隐晦地否定马克思新闻理论的指导作

用。他批评说，有人甚至主张把商品交换的手段和价值规律比较全面地运用到通讯社、广播电台、报纸等"大众传播媒介"，使新闻机构不属该政府的"直接控制"，等等。

他认为，凡此种种，是资产阶级新闻思想多年在新闻界流传和潜移默化的结果，把一些部门工作者搞得晕头转向，在新闻队伍中引起了不可忽视的思想混乱。在一些新闻机关里，党的新闻工作的优良传统作风不大讲了；在某些同志心目中，新闻工作的党性观念淡化了。他认为在过去几年中，新闻舆论之所以产生了某种失衡和倾斜，在今年春夏间发生的一场反党反社会主义的政治动乱中，某些新闻舆论之所以出现严重误导，不是偶然的，从一定意义上说，不能说跟西方传播理论思潮的传播和潜移默化没有关系。

这就告诫我们，新闻界当前在批判资产阶级新闻观的时候，不能忽视对传播理论的批判，倘若任其通行无阻地传播到大众中去，势必会搅乱我们社会主义的新闻舆论阵地

李洪启先生的《坚定》从四个方面论述了他对西方传播学的看法。

第一，关于大众传播学研究究竟在研究什么？"西方大众传播研究究竟是研究什么的呢？它要传播什么？目的何在？"他说，所谓"大众传播理论"，主要是研究大众传播媒介（包括报刊、广播、电视等职业传播者）在传播信息的过程中，对受众的影响及其传播规律的。西方国家流行的"大众传播"研究，流派众多，各学派间相互关系错综复杂。但从其演化和发展脉络来看，西方学术界习惯地把这些学派大体上划分为两派，即以美国为基地的传统传播学派（又叫经验学派）和以西欧为主要基地的批判学派。两大学派的形成与发展，都经历了漫长的年代，前者始于本世纪三四十年代，六七十年代以后逐渐走向衰滞；后者以批判前者为开端，兴起于 60 年代初。

他说，美国大众传播研究主要集中在两个方面：(1)关于传播过程和效果的微观研究；(2)关于传播媒介和国家发展问题的研究。前者从政治学、社会学、心理学的角度，对大众传播现象和效果进行了大量的调查和实证研究。比如研究者常常为某个问题假设设计问卷，对受众接受传播内容的状况作抽样调查，然后从调查结果中分析、研究传播效果。这类研究的目的是帮助传播媒介的控制者加强传播在受众中的影响。关于后者，是和二次大战后美国的国际地位改变相联系的。为了使已经独立的广大第三世界国家走上西方化的发展道路，美国有不少

学者对传播媒介在推动第三世界国家经济和社会发展中的作用的课题开展研究。代表人物如丹尼尔·勒纳、韦尔伯·施拉姆和埃费莱特·罗杰斯等，都着力于研究大众传播在改变人们的态度的过程中所起的作用。他们认为，一个落后的民族要向西方发达国家迈进，关键问题是促使这个社会中思想保守的人改变态度，而传播媒介能激起思想保守的人产生新的需要和欲望，从而推动社会朝西方化的方向变革。

西欧的一些批判学者真正开始大众传播研究，是在60年代中期。主要学派有法兰克福学派、政治经济学派、垄断理论学派、社会-文化学派等。从目前西欧传播研究的特点来看，倾向于注意大众传播制度、社会和政治结构之间的关系。与美国的微观研究不同，他们主张从宏观的角度用整体化的方法研究传播学，在研究方法上，更注重采用多种方法的综合研究。除抽样调查、计量分析外，还采用内容分析，征求传播者和受众意见，然后作比较分析等方法。例如，法兰克福学派主要研究资本主义社会中大众传播媒介的作用。他们在重点研究传播在社会、政治、经济方面的作用之后指出，西方国家普遍的商业化的大众文化是垄断资本获得成功的主要手段。而政治经济学派则主要研究经济结构，强调意识形态对经济基础的依存关系。他们认为，那些在大众传播媒介市场上已经确立了地位的集团拥有雄厚的实力，因此传播媒介发出的声音大量是属于最不乐意批评现存的财富和权力分配结构的一类声音。相反，那些最希望向流行的财富和权力结构提出挑战的人，就不能发表他们反对或不满的声音，因为他们缺乏向广大群众进行有效传播所需要的财力和资金，不得不被排除在传播媒介机构之外。

总的来看，西欧研究者对美国传播学研究的主流基本上持批判态度。比如英国学者勃伦默在他的《欧洲和美国传播研究之差异》一文中就说："在一些批判学者中，衡量大众传播的信息对受众思想影响的系统的、实证的、计量的方法已有了'坏名声'，特别在某些地方，效果研究已完全被视为媒介研究的妓院。"但是，这种抨击，显然不是为了否定。推究其批判视点和深层意义，在于为更好地提高垄断资产阶级所控制的新闻舆论的传播效果，进而为实现对受传者的控制寻求理论论据。这一点，第三世界国家的一些批判学者看得很清楚。他们从大众传播和国家发展的角度，一语道破地指出：美国关于传播媒介和国家发展的理论，是要通过在第三世界国家收集有关传播媒介的效果、受众反应等材料，帮助美国进行思想文化侵略。他们认为，与这种理论同时输出到

第三世界国家的"国际发展计划"，目的在于增加美国对发展中国家的控制。

第二，李洪启认为大众传播学的基本理论是虚伪的。他说，事实正是如此，无论是美国还是西欧的大众传播研究，不过是作为"文化帝国主义工具"的西方资产阶级大众媒介现状的折射。

"客观报道"是西方大众传播学中的一个著名术语。一个西方人曾这样说："即使全人类除一个人之外都持一种意见，而只有一人持相反意见，人类也没有理由不许那人发言。"[1]但是，从西方各大新闻舆论制造公司的对内对外宣传方针和宣传报道内容来看，事实并非如此。以美国为例，美国包括各大报纸杂志刊登的新闻、评论、文章、社论，广播电视所播放的节目，尽管从内容到形式花样翻新，令人眼花缭乱，但是就其总体而言，它们只反映美国占统治地位的资产阶级和垄断资本财团的立场、观点、政策和主张。在美国新闻媒介的报道和节目中，你可以看到各种各样的观点，听到各种各样的声音，但是你看不到真正代表着美国广大劳动人民利益的马克思主义的观点，听不到这种声音。美国一些私营报刊和广播电视台，偶尔也播发普通百姓的文章和谈话，也刊登批评政府官员的报道，但终究是充当配角，而不能构成新闻舆论的主旋律。

李洪启认为，西方敌对势力的新闻舆论对待社会主义国家和第三世界发展中国家的态度怎么样？甚至美国很权威的传播学者也不得不承认："美国的大众传播媒介作为'文化帝国主义'的工具，已经阻碍并扭曲新兴国家的发展。"[2]就拿对待社会主义国家的态度来说，早在40年代末和50年代初，当西方国家开始改变对社会主义国家的斗争策略，把赤裸裸的武装侵略颠覆改为"和平演变"战略时，当时的美国国务卿杜勒斯就在一篇臭名昭著的"布法罗演说"中，叫嚷通过"美国之音"等大众传播媒介和其他手段挑起"铁幕后面各国人民的抵触情绪"，使国际共产主义运动"从内部解体"。为了颠覆社会主义国家和第三世界国家，西方国家不惜耗费巨资武装它们的宣传机器。当时的美国总统艾森豪威尔曾说："在宣传上使用一个美元，等于在国防上使用5个美元。"有的西方报纸也鼓吹："安装新的发射机和设备对东方进行广播，

---

① 约翰·斯图尔特·密尔：《论自由》。

② 卡尔伯·施拉姆等：《传播学概论》。

这要比设置导弹还重要。”可见，西方政界要人一直是把大众传播媒介看作颠覆社会主义国家，以实现其霸权主义的重要手段的。且不提他们对东欧国家颠覆，就拿对我国的态度来看，在新中国成立以来的几十年间，西方敌对势力的新闻舆论，适应西方垄断资产阶级对外侵略扩张政策的需要，从未间断过反华反共宣传。从这次动乱和北京发生的反革命暴乱中看得尤为清楚。“美国之音”等大众传播媒介，开足马力，对动乱竭尽煽风点火之能事。西方某些国家的记者无视我国政府的法令和警告，像苍蝇一样齐集天安门广场，无孔不入地搜集情报，发出大量歪曲动乱真相的报道，肆无忌惮地攻击平暴斗争，掀起一股新的反华反共浊浪。在这次动乱中，他们反对和颠覆我国社会主义制度的真面目昭然若揭。

西方大众传播学者宣称，他们的大众传播媒介是一种在理智的气氛中诞生的真实、客观、公正的报道。施拉姆等著的《报刊的四种理论》中这样写道：“记者认为他们的工作需要一种超然的态度。他们成为当代争论的旁观者而不是参加者。他们小心地避免党派色彩或评价的任何表现。新闻是单纯的记事，意见必须与新闻明确地分开。客观报道的理论成为美国新闻工作者职业上的骄傲，他们认为报道‘当日的事实’，是他们的唯一职责。”然而，“超然”不易，“旁观”也难。事实是，实际控制权操在有钱人和大公司手中的西方新闻媒介，其政治倾向性是非常强的，他们总是在充当垄断资产阶级的警棍和喉舌。西方传播学者总是把他们的报道称之为不附观念、不附倾向性的“纯新闻”，是干干净净的事实报道，而客观事实却在不断地证明这种理论的虚伪性。

第三，李洪启先生认为不能引进社会控制理论。

他说，新闻界有的同志认为，新闻改革的首要任务是“新闻体制改革”，而“新闻体制改革”的目的，是要引进传播学的社会控制理论等，建立一个“民主、科学地领导新闻工作的新体制”。我们不能接受这种观点。这里有一个问题必须弄清楚：新闻改革的目的究竟是什么？

他认为，必须肯定，新闻改革是坚持四项基本原则基础上的改革，而不是照搬西方资产阶级新闻体制和模式的改革。因此这种改革必须坚持社会主义的方向，必须有利于改善和加强党对新闻工作的领导。改革的目的，是要使新闻工作更加符合新闻的党性原则，更好地遵循新闻的规律，更有效地发挥社会主义新闻舆论工具的功能，当好党、政府和人民的耳目喉舌。因此，坚持新闻改革与坚持四项基本原则是一致

的，是不矛盾的。那种把新闻改革看成是与过去一刀两断，认为新闻体制改革是要抛弃党对新闻工作的领导和党报可以民办的观点等，都是极为错误的。我们正在探索中的新闻体制改革，是要建立和完善适应商品经济发展需要的、在党的领导之下的社会主义新闻体制，而不是脱离党的领导的纯商业化的资本主义新闻体制。

传播学的社会控制理论究竟是一种什么理论呢？这种理论的核心思想有四：(1)认为每个人有不受政府约束的政治自由，都可以通过大众媒介"自由地表达自己的观点"；(2)认为经济控制比政府的控制对大众媒介施加影响更为有力，可以通过私有制来实施大量的经济控制；(3)经济控制的基本目标是维持它赖以建立的"思想的自由市场"；(4)私营企业式的新闻业可监督和批评政府，它相对而言不受政府控制，而应该在"思想的自由市场"上营运。

虽然，主张在中国引进社会控制理论的同志，他们希望建立的所谓有民主，科学地领导新闻工作的新体制，实质上是一个以私有制为基础的纯商业化的新闻体制。如果这样的话，我们的通讯社、报纸、广播、电视就不会接受党和政府的领导，而变成"思想的自由市场"。可见，提出这种主张的同志在新闻改革要不要坚持社会主义方向这个根本原则问题上是模糊了界限。不管提出这种主张的同志是有意还是无意，都是根本违背新闻改革宗旨的。

持这种资产阶级自由化观点的同志当然是极少数。但是，他们在各种场合常常以西方的新闻理论为参照系，动辄中国新闻体制是如何如何，对中国的社会主义经济政治环境不作调查研究，甚至没有弄清我们这个新闻体制是如何运转的，就妄作价值判断。他们在某些学术会上发议论或写文章，许多报刊不问其观点正确与否，也竞相转载，这就不能不影响大众的思想和情绪。我认为，作为党的新闻工作者，发表不理智的文章，着意渲染个人的激情，不能说是科学的、负责任的态度。而报刊随意刊登这些言论，也不能说是严肃之举。如果强调"新闻自由"而忽视了自己的责任，批判意识过旺而建设意识淡薄，必然导致研究动机与效果的分离。殊不知如果一味批判现实，苛求于现实，又拿不出建设性的意见来，也失之偏激。这些思想、言论、观点在新闻界，在社会上广为传播，只能导致人心的涣散和社会舆论的失衡，而无益于新闻改革。

第四，李洪启先生建议"举起批判的旗帜"。

他认为,在改革开放后,我国新闻界关注外部世界,许多人潜心探索、思考和研究西方大众传播理论,对于拓展我们的研究视野,丰富和发展我们的新闻理论,是必要的和有益的。马克思主义新闻学在发展过程中,应当吸取人类思想文化的优秀成果。但是,在探讨西方新闻理论的时候,首先要以马克思主义为指导,要举起批判的旗帜。对西方流行的各派传播理论,要用马克思主义的立场、观点、方法对其理论构建、思想内容和研究方法进行分析批判,要摒弃那种不加分析地"全盘照搬"的西化论观点。按照马克思主义的历史唯物论观点,任何社会形态的上层建筑(包括意识形态),只能是这种社会形态的经济基础的反映。西方各流派的大众传播理论,作为一种意识形态,就其整体或本质来说,是西方国家现实社会传播现象片面、歪曲的反映,是适应西方占统治地位的资产阶级和垄断资本财团经济、政治利益的需要的产物。毋庸讳言,在西方各派传播学中间,尽管也包含着某些反映新闻工作一般规律的内容和合理因素,但是其主体思想和政治倾向,是为西方垄断资产阶级的内外政策服务的,是对马克思主义新闻理论的挑战。我国新闻界许多人看到了这种挑战。面对挑战者,他们力图用马克思主义,即辩证唯物主义和历史唯物主义的世界观和方法论,对传播理论及其思潮进行审慎的批判,辨其良莠,取其合理内核,做出了实绩。这种正确的、为完善和发展马克思主义新闻学的研究态度和研究方法,是值得提倡的。但是有的人却缺乏这种批判意识,极少数人在资产阶级自由化思潮侵染下,奉西方"大众传播"为圭臬,害益不分,良莠不辨,采用了"拿来主义"的态度。他们的研究不是以马克思主义为指导,也不是抱着丰富和发展马克思主义新闻学的态度,而是试图以大众传播理论来贬损马克思主义的新闻理论,甚至想以传播理论取而代之。一方面,他们极力宣扬、推崇西方的"大众传播"是"现代意识",是"新观念",吹得天花乱坠。另一方面却把马克思主义的新闻原则视为"旧观念",煽动人们走出"死胡同",甚至提出要取消党对新闻工作的领导、取消新闻工作的党性原则和喉舌作用。这岂不是要从根本上改变党的社会主义新闻事业的性质?!显然,这种研究意向背离了社会主义方向。我以为,中国的马克思主义新闻工作者,应当迎接西方传播理论的挑战,善于运用马克思主义的立场、观点、方法,回答西方新闻理论所提出的各种问题,在斗争中丰富和发展马克思主义的新闻学说。

他提醒,做实际工作的同志不能盲目追随大众传播学。随着改革

开放向前推进，我们新闻队伍中接触西方新闻理论的人越来越多。近几年不少人对这种理论感到新奇，乐于探讨，这并非坏事。问题是只有善于鉴别，才能正确地吸取有价值的东西、才能自觉识别、抵制其中错误的东西。不加思考、人云亦云地接受西方的东西，别人说美国的月亮圆，自己也跟着说美国的月亮圆，在任何情况下都是不对的。这无助于我们的学习和借鉴。然而因为怕受西方新闻观点的毒害而把自己禁锢起来，封锁起来，甚或认为传播理论不屑一顾，也不对。闭目塞听、孤陋寡闻，决不能战胜西方新闻理论的挑战。要忠告那些津津乐道于西方新闻理论，主张"拿来主义"的同志，在现实生活中，所谓超越党派，不附加观念、不附加倾向性的干干净净的事实报道，就是外国新闻界称之为"纯新闻"的东西，世界上根本不存在。无论是大众传播学，还是其他的新闻理论，所传播的内容无不经过传播者选择、具有特定的阶级属性和政治倾向性。从这个意义上讲，大众传播学的观点无论如何代替不了马克思主义新闻学的观点。编辑记者学一点传播理论，并无害处，问题是要用批评的态度去学，这有利于我们坚持正确的新闻工作方向。

第三节 卢惠民和《新闻工作的民主权利和社会控制》

关于社会控制，卢惠民先生则在《新闻工作的民主权利和社会控制》（简称《控制》）（《新闻学刊》1986 年 4 月）一文中提出了自己的观点。他在《控制》一文的"在实行新闻民主权利的同时，国家将对新闻事业实行社会控制"一节谈到，社会主义国家在实行新闻民主权利的同时，对新闻事业实行社会控制。他认为，所谓社会控制，说得明确一些，就是三个方面的控制：行政控制、法律控制、舆论控制。

关于行政控制，他说，随着国家社会主义现代化建设的发展和广大人民群众物质和文化生活的提高，现在比任何时候更需要加强对新闻事业的管理。我们控制的目的在于使新闻事业更好地向有利于四化建设、有利于为人民服务的方向发展，而不是把新闻事业"控死"。不控制就会造成失控的局面。而对新闻事业失控，无论对社会、对人民来说都

是不利的。

在行政控制中，一个十分重要的问题是，如何正确处理新闻事业和党、政府的关系。我国现有的报纸多数是党委和政府部门、群众团体的机关报，还有一大批虽然不是机关报，也是在各级党委领导下的人民报纸，通讯社是国家通讯社，广播电台、电视台也都是属于中央和各级政府的。新闻事业和党中央、各级党委、政府之间，原来就存在着行政上领导和被领导的关系，这一点和西方的新闻事业同政府的关系，原则上是不相同的。在我国，加强和改善党对新闻事业的领导，是个十分重要的问题，既不能出现失控现象，也不能"控死"，关键在改善。

改善党对新闻事业的领导，包括两方面的意思：一方面从党委的角度要求，党对新闻事业的领导应该是集体领导，而不是由少数人说了算。党委要把自己的工作列入议事日程，熟悉新闻工作的特点，分析一个时期内新闻工作的状况和带有倾向性的问题，根据党中央的路线、方针、政策提出一个时期的宣传思想；地方党委应该要求自己的报纸，结合本地区实际，办出地方特色，但不能提出和地方党委保持一致的口号，应该放手让新闻机关在总的原则要求下，发扬自己的独创精神，鼓励新闻单位的负责人独立思考、大胆工作、勇于负责。党委的主要负责同志要管报纸、广播和电视，并要指定负责同志对一些关系全局的重要社论、文章、报道，以及报社认为需要由党委决定的稿件进行政治上的审查，但不要事无巨细，要求新闻机关事事请示，件件送审。党委的个别负责人如果对报刊上发表的文章有意见，可以写文章批评，也允许别人提出不同的看法。对此，张友渔在接受《新闻战线》记者采访时说："我看需要立个新闻法。办事情有个法好。"

经过一段舆论上的酝酿，1984年，中央宣传部新闻局正式提出了制定新闻法的请示报告。报告认为：从新闻工作实践情况看，制定一部新闻法也是十分必要的。因为制定中华人民共和国新闻法，对于发展社会主义民主、保护人民的言论出版自由权利，对于加强党和国家对新闻事业的领导和管理，对于促进国际文化交流等等都是有益的。

新闻法是国家的政治制度、社会制度在新闻工作中的具体体现，因此，各国的新闻法都有其自身的特点。我国的新闻法必须反映出中国式的社会主义的特点。它确定人们在新闻工作中应该做什么，不应该做什么。新闻法不能同根本大法宪法相抵触，也不能同根据宪法原则制定的其他法律法规相抵触，一个根本性的思想是保障社会主义民主

在新闻工作领域中得到充分体现，使之制度化、法律化，明确新闻机构与领导机关之间的关系，新闻机构与人民群众（读者、听众、观众）之间的关系，新闻机构与新闻机构之间的关系等等。

卢惠民认为所谓舆论控制，也就是人民群众对新闻事业的监督。人民群众作为新闻的读者、听众、观众，对新闻媒介传播的新闻、评论，以至其他节目进行评价，表示自己的意见，促使新闻机构不断改进工作。

在过去"左"的思想影响下，由于片面强调新闻工具的指导作用，以及新闻体制中的某些弊端，新闻机构一般地比较重视领导部门的意见（即行政控制）而忽视群众的意见（即舆论控制），在"文革"期间，甚至错误地把群众对党报的意见、批评当作对党的攻击。粉碎"四人帮"后，随着国家社会主义民主建设的发展，新闻机构普遍重视了来自人民群众的监督，对于人民群众揭露失实报道的行动给予支持。很多新闻机构都用明显的地位公布失实报道。

1979 年 3 月 15 日，《人民日报》头版发表了署名张浩的一封信并加了按语，指责当时农村正在建立的"联产到组"的责任制。3 月 30 日，《人民日报》又发表了安徽省农委两位干部的信，尖锐地指出："人民日报 3 月 15 日头版头条刊登的张浩同志的来信和编者按，在我们这里造成了混乱。"作者在来信中用事实说明，新的生产责任制是广大农民在三中全会后的一种创造，它调动了农民的积极性，有利于发展社会主义农业生产。来信指出：为什么一提起"包"字就担心害怕？在"四人帮"横行时，"包"字被视若洪水猛兽，"四人帮"虽然粉碎两年多了，但余毒未除，甚至还禁锢着一些人的思想。当然关于推行农业生产责任制的这些言论，有着一个深刻的社会背景，但就读者敢于对党中央机关报的报道提出不同看法，这是人民群众对于新闻事业实行舆论控制的一个方面。

文章认为，人民群众对新闻事业实行舆论控制还有一个极为重要的方面，就是对新闻机构的工作特别是对新闻工作者的工作作风、思想作风的监督，这方面还是一个比较薄弱的环节。如"广告新闻"的出现，利用新闻工作之便拉关系，以至索贿的事屡见不鲜，败坏了人民新闻事业的声誉。这方面如果失控，同样是十分有害的。

第八章

传播学研究的中国化

早在传播学理论引进中国不久，就有许多学者提出西方传播理论同中国相结合的问题，但那时，我国大部分学者对西方传播学理论的吸收和消化还不够，对中国传播学理论的发展还缺少深层次的思考。90年代以来，中国传播学研究开始走出了因"六四"风波而跌入的低谷，传播学中国化的问题渐渐地摆到了大陆传播学者面前，一批年轻学者迅速成长，并且出版了一批较有深度的理论著作。

第一节　传播理论研究领域的深化

80年代，我国传播学重点关注的是大众传播学，进入90年代以来，研究视野不断拓宽，除大众传播外，对公共传播、人际传播及国际传播理论已有较多的关注，传播学著作和论文的主题也不局限于西方传播理论。

一、沙莲香与《传播学》

由沙莲香撰写的《传播学——以人为主体的图像世界之谜》(中国人民大学出版社，1990年)是90年代初期出版的一部重要著作。全书共分九章，三个层次，第一个层次是从信息传播的视角研究传播的基本理论，第二个层次是研究传播现象，重点是研究传播媒介，最后是研究方法。这部书的最大特点是作者来自不同学科，有整体学术优势，其中对文化传播的许多理论阐述很有特色。作者认为："文化与传播之间有

着重要的联系。文化离不开传播，而传播本身就蕴含了文化的传播。从更广泛的意义上说，传播也是一种文化现象。”作者关于文化传播的人类学理论和文化对传播的影响，传播对文化的影响等方面的论述对传播学研究领域的拓宽有启发性。作者还从文化传播的角度研究了中国传统的传播方式和特点，认为，“一次民族文化的兴衰存亡，固然有多种原因，但同它的文化传播及文化积累方式分不开。中华民族文化之所以成为世界上唯一不曾中断过的具有悠久历史的传统文化，是和中国文化特有的传播方式密切相关的。”

二、邵培仁与传播学研究

邵培仁先生和传播学的结缘是80年代中期他在复旦大学助教班进修的时候。1988年，他与同窗好友合作撰写了我国第一部传播学著作《传播学原理与应用》（兰州大学出版社，1988年）。近年来，邵培仁先生在传播学这块绿洲上勤奋耕耘，写了近10本传播学著作，是我国大陆在传播学研究领域成果最多、猎涉领域最广泛的年轻学者。正如童兵教授在为邵培仁先生的《传播学导论》（浙江大学出版社，1997年）写的序言中所说的，说他是“高产作家”，毫不为过；说他在传播学研究领域硕果累累，也无一分夸张。由此可见，对于传播学研究的勤奋、执著和有所成就，在世界传播学术界屈指细算，短时期内有如此众多著述者，为数确不多。

《传播学导论》具有足够的知识含量，理论框架全面，有的地方，比如谋略篇、技巧篇、受众篇，比他人的同类作品开掘更广泛、更深入，因此使传播学的理论框架显得更科学、更完善、更有征服力和包容度。从实现传播学研究的本土化目标而言，这很可能是一个合适的思路与突破口。作者业已达到的这种理论性水准，无疑是自己奋发进取、勇于开拓、细心求证的结果。

传播学研究要走向成熟，进入世界，固然要引进和借鉴，要从西方传播学研究中吸收一切有用的成果，但引进和借鉴只能在中国的学术园地里落地生根、开花结果，使其“当地化”、“本地化”，带有中国民族的特性。这方面，《传播学导论》作出了努力。它不只停留在“整体互动论”、“唯物”、“辩证”的特点上，还在适应中国国情、反映中国实际、顺应中国读者的阅读习惯与思维惯性等方面，把对中国古代文化典籍和现代学术著作的广泛征引和合理运用充分融合其中，使传播学根须深深

地扎在中国文化肥沃的土壤之中。一位哲人曾说过：越是民族的，就越是世界的。一个人要想以自己的理论建构与世界接轨，必须使自己的理论具有鲜明的民族特征。

1998年，邵培仁先生将《媒介经营管理学》（浙江大学出版社，1998年）奉献给广大读者。这本书至少有三个特点。

1. 体系恢宏，筑密有致，堪称国内传媒管理研究的创新之作

大众传播媒介在我国的出现，如果从报刊算起，由"政论时代"向"新闻时代"转变的民国初年算起，已有90年的历史。其间对于经营管理的研究，一般仅限于某一类媒介或某一类的某一方面，前者如刘觉民编著的《报业管理概论》（商务印书馆，1936年）、屠忠俊著的《报业经营管理》（新华出版社，1992年）、宋强华等主编的《报业经营管理教程》（红旗出版社，1994年）。

2. 视野开阔，善于借鉴，做到了既有实证又有规范；既有广度又有一定的深度

3. 立足现实，着眼未来，对我国媒介发展提出了一些富有建设性的观点

改革开放的20年中，我国传媒从增量改革式的"企业化管理"到存量改革式的"产业化经营"，走过了一段不太平坦，却大有可为的道路。《媒介经营管理学》在跨世纪的传媒产业化走向宏观背景下，提出了一些具有很强现实针对性的原则、方法和操作技巧。例如，作者认为，媒介经营管理必须遵循两大规律和八项原则。两大规律是：受众市场规律和媒介传播规律。八项原则是：导向性、整体性、互动性、自主性、法制性、循序性、专业性、发展性等。这些提法，有的是相当新鲜的。

三、张国良的传播学研究

张国良先生是我国90年代以来较为活跃的年轻学者。他早在1989年就翻译出版了《大众传播社会学》（复旦大学出版社），深入浅出地系统介绍了传播学理论。后来他又相继出版了《传播学原理》、《现代大众传播学》等多部著作，主持了多项研究。因此，张国良先生不仅在传播学理论研究方面有许多成果，在实际研究方面也有十分丰富的经验。具体地说，主要体现在三个方面。

首先是在新闻传播学的若干概念和基本原理方面，例如新闻定义、新闻事业与大众传播的关系、传播定义、传播特性、传播和信息的关系、

传播功能的层次、大众传播与大众传媒的异同等方面，对前人已有的成果进行审视，提出自己的见解。

其次是注重理论研究与实践相结合，近年来承担了多项研究，成果丰富，如《面向21世纪的上海市民与媒介文化》、《上海网络受众的现状及发展趋势》、《上海工人与新闻媒介》、《中日传媒相互报道比较研究》、《沪港传媒比较研究》等。

在日本传播学研究方面，张国良先生走在全国的前列。他的博士论文《现代日本大众传播史》是国内唯一的国别新闻传播史，构架具独创性；他翻译的《日本新闻事业史》是目前被国内广泛使用的参考书。

五、郭镇之与《传播学研究》

郭镇之是我国自己培养的首位新闻学女博士。在10多年的传播学研究中，她发表了百万字的论文。她长期从事新闻与传播方面教学与科研工作，研究领域涉猎传播学理论、电视学、传播史等，研究方法主要是历史叙述和文化分析。她的《北美传播研究》(北京广播学院出版社，1997年)，较为系统地介绍了北美传播业，涉及美国和加拿大电视制度和政策、广播电视史、大众传播法规、美国和加拿大的传播理论，资料丰富。

六、李彬与《传播学引论》

李彬自步入新闻与传播学术界以来，潜心钻研，在传播学研究方面颇有建树，已出版独立完成的传播学学术专著两部，即《传播学引论》(新华出版社，1993年)和《唐代文明与新闻传播》(新华出版社，1999年)；参与撰写的学术专著一部，即国家社科基金“八五”重点项目《西方新闻理论评析》(新华出版社，1998年)；参与编写的传播学教材两部；与导师一起主编的新闻史丛书一套(共计10本)；译著一部，即《新闻写作》(新华出版社，1999年)；主持翻译的新闻作品两部，即《普利策新闻奖(特稿卷)》和《最佳新闻写作》(新华出版社，1999年)；此外还发表了学术论文30篇，共约300万字。反观李彬的学术历程，可按研究方向归纳为三个阶段：在攻读博士之前，在基础传播学，尤其是批判传播学方面有所建树，其代表作为专著《传播学引论》。该书约22万字，是一部系统而完整的传播学基础理论著作。该书既娓娓道来，深入浅出，同时又有较高的学术品位，其中有不少独创见解，成书之前其中的一些章

节作为论文发表在报刊上，受到学术界的重视，一再被转载刊登，是一部信息密度很高的著作。李彬师从我国著名的新闻传播史学家方汉奇先生，故李彬的传播学研究方向略有转移重点落在"史"上，其博士学位论文《唐代文明与新闻传播》是这一段时间研究成果的反映。《唐代文明与新闻传播》以总揽全局的态势，将浩如烟海的古代典籍、近人专著甚至唐人诗赋等旧识新知融会贯通，通过深沉的探究与思考，提出了一些宏观性的论断，将新闻传播现象从总体上进行考察，并作为一种文化形态加以把握，进而精确地将新闻传播分解为官方的、民间的和士人的三个既相区别又互有联系的三个层面一一加以辨析，同时又着力从唐代历史发展趋势中观察新闻传播的发展趋势并做出历史定位，表现出引人注目的开创性。

七、张隆栋与《大众传播学总论》

张隆栋教授是我国传播学界知名学者，早在70年代末就向中国大陆学者介绍西方传播学，翻译了《报刊的四种理论》(新华出版社，1980年)，并在《国际新闻界》(中国人民大学新闻学院编)上发表了许多介绍西方传播学的文章，为我国传播学的发展与建设作出了很大贡献。他主编的《大众传播学总论》(中国人民大学出版社，1993年)是我国传播学研究中一部重要的学术著作。该书的其他作者姜杰安先生、范东升先生、刘建明先生、成美先生、吴伟先生、刘志筠先生、倪宁先生、邓炘炘先生也都是我国传播学界成果较多、学术思想较为活跃的知名学者，在传播学研究中较有成就。

《大众传播学总论》比起其他传播学著作，有自己的特点，一是全书结构严谨，论述充分；二是用马克思主义为指导思想指导传播学研究；三是系统地研究了外国传播学的主要学派，批判地吸收其他营养，"以我为主，洋为中用"，对涉及的传播理论问题一一展开，可以说是最全面地评述了传播学理论与实践问题；四是紧密结合中国实际，认真总结我国传播事业的历史经验和理论，努力倡导创建中国式传播学。

八、成果荟萃的《传播学论文选萃》

《传播学论文选萃》(南京师范大学出版社，2000年)共三卷，第一卷主要从学科体系发展上划分，收录了20年来我国传播学基础理论、学科体系、媒介研究、控制研究、受众研究、效果研究等方面的论(译)文

40篇，基本上反映了我国传播学理论研究的水平。第二卷主要从专题研究角度划分，收录了20年来新闻传播研究、广播电视研究、出版传播研究、网络传播研究等方面的论文41篇，体现了我国在传播学研究方面的探索与开拓。第三卷主要收录了第六次全国传播学研讨会的有关论文55篇，这些论文既是对我国传播学研究20年的历史总结，又反映了我国传播学者对新世纪传播学研究的展望。

九、世纪末新书《传播学通论》

《传播学通论》(戴元光 金冠军主编，上海交通大学出版社，2000年)用近43万字、17章的篇幅系统地介绍了传播学的理论与实践问题，是作者献给新世纪的在传播学著作中较为系统的理论新书。郝雨教授认为，《传播学通论》是我国传播学研究的又一重要的成果和理论收获，这部献给新世纪的专著不仅更充分地体现了中国化的传播学体系的进一步的成熟与完善，还特别注重了传播学向更大范围的普及与理论自身的传播。

首先，《传播学通论》强调传播学的实用性、实践性和对各个领域的适应性，加大"传播学"自身传播力度。对于社会公众来说，一种理论只有与自身利益有关，只有与自己的社会实践活动密不可分，才能引起他们的重视与兴趣。该书一开始便开门见山地说，"传播是人类与生俱来的。没有不传播的人，没有人不传播。人每天在传播中，以各种方式传播信息，接受信息。"这就是该书的理论的立足点和出发点，而书中作为核心构成的对于传播类型和各个领域的研究，就更突出了传播学的实用性。如果人们能将自己的活动上升到传播理论的高度来认识，传播学理论对每个人的指导作用就显现出来了。

其次是该书在议题设置和论述上，充分注意到与读者心理关注点的亲和性，也就是把理论视点尽量向公众关注的社会热点加以切入。老百姓关注什么，就从理论上首先解决什么。例如在该书《总论》的第四节中就增加了"反腐败是大众传播媒介在新形势下的特定任务"的内容，还有"舆论监督"的论述，是人们天天在谈论的。这里的论述与社会实际紧密关联，容易引起读者的兴趣和关注。至于如何认识这些问题，《传播学通论》有更深入的论述。

此外，该书在论述形式上深入浅出，语言尽量日常化和形象化，大大增强了可读性。专业理论著作一般不太注重普通读者的接受能力，

因而就极大地限制了理论知识的普及和更广泛的传播，该书却尽量做到通俗晓畅。

90年代以来，中国传播学研究一方面仍注重传播学的基础理论研究，先后有一批传播学著作问世，在传播学理论论著方面，除了前面已作过介绍的外，还有一些重要成果，主要是：

居延安的《信息、沟通、传播》（上海人民出版社，1986年）；吴予敏的《无形的网络：从传播学角度看中国传统文化》（国际文化出版社，1988年）；钟文、余阳明的《大众传播学》（湖南文艺出版社，1990年）；范东生、张雅宾的《传播学原理》（北京出版社，1990年）；张咏华的《大众传播学》（上海外语教育出版社，1992年）；徐耀魁的《大众传播学》（辽宁教育出版社，1993年）；董天策的《传播学导论》（四川大学出版社，1994年）；林之达的《传播学基础理论研究》（西南交通大学出版社，1994年）；胡正荣的《传播学总论》（北京广播学院出版社，1997年）；郭庆光的《传播学教程》（中国人民大学出版社，1999年）。

第二节　专题研究成果突出

除了这些有关传播学的基础理论研究外，还有一批专题研究成果，在国内颇有影响，如：

邵培仁的《人际传播学》（江苏人民出版社，1991年）、《政治传播学》（江苏人民出版社，1991年）；熊源伟的《人际传播学》（中山大学出版社，1991年）；张学洪的《舆论传播学》（南京大学出版社，1992年）；朱增朴的《文化传播论》（中国广播电视出版社，1993年）、《声像传播论》（中国广播电视出版社，1993年）；邵培仁的《艺术传播学》（南京大学出版社，1994年）；吴信训的《世界大众传播新潮》（四川人民出版社，1994年）；黄鸣奋的《传播心理学》（厦门大学出版社，1997年）；周庆山的《文献传播学》（文献出版社）；关世杰的《跨文化传播学》（北京大学出版社，1995年）；林瑞之的《组织传播学》（上海文艺出版社，1990年）；刘杰明、倪宁的《广告传播学》（中国人民大学出版社）；王志章的《对外文化传播学引论》（武汉测绘科技大学出版社，1991年）；童兵的《主体与喉

于 共和国新闻传播》(河南人民出版社,1994年);喻国明的《媒介的市场定位》(北京广播学院出版社,2000年);袁军主编的《传播学在中国》(北京广播学院出版社,2000年);刘继南的《国际传播》(北京广播学院出版社,2000年);刘继南的《大众传播与国际关系》(北京广播学院出版社,2000年);柯惠新等的《传播统计学》(北京广播学院出版社,2000年);胡正荣的《媒介管理研究》(北京广播学院出版社,2000年);戴元光的《传播道德论》(上海大学出版社,2000年);戴元光等的《大众传播学的定量研究方法》(上海交通大学出版社,2000年);黄升民、丁俊杰的《国际背景下的媒介产业化研究》(北京广播学院出版社,2000年);倪波主编的《信息传播原理》(书目文献出版社,1996年);刘京林、罗观星的《传播、媒介与心理》(北京广播学院出版社,1999年);王政挺的《传播文化与理解》(人民出版社,1998年);孙玉寅主编的《科技传播研究》(清华大学出版社,1996年)。

在这些专题研究中,有些论著是填补我国传播学空白的。

一、《跨文化交流学》

跨文化交流学是70年代以来,首先在西方国家兴起的一门新学科,是传播学的重要方面,涉及多种学科。关世杰教授的《跨文化交流学》吸收和借鉴了西方学者的研究成果,结合我国文化特点和国情,对跨文化交流的理论进行深入而系统的论述。全书分四部分,第一部分重点介绍跨文化交流的基本理论,第二部分重点论述文化在跨文化交流中的地位与作用,第三部分重点介绍了跨文化交流中的要素,如信息、渠道、符号、反馈、传播关系等,第四部分从国际交流、组织交流、国际传播、人际传播等方面论述跨文化交流的主要问题。该书结构严谨细密,理论上鲜明、创新,与实践结合很紧,可操作性强,对许多理论问题,既有从交叉学科的角度论述的广度,又有理论结合、旁征博引、资料翔实的厚度。

二、《传播观念的历史考察》

武汉大学出版社出版的《传播观念的历史考察》(1997年)是张昆先生的传播思想史专著。它根据马克思主义的新闻原理,运用交叉学科的方法,借鉴交叉学科的成果,研究了在国际传播史上产生过重大影响的人物,不少内容在国内鲜见,是一部研究伟人的学术著作。在"柏

拉图的传播思想"一章中，作者从"理念与人生"、"国家与个人"、"政治技艺与说服的技艺"和"自由与控制"四个部分展开论述，认为柏拉图的传播观念中，包含着许多积极的内容，富有创见，对柏拉图的传播思想的评价不应该停留于它的近现代历史上的负面作用，而应该在对其思想本身全面分析的基础上，综合考察它在历史上产生的积极作用和消极作用，才能得出公允的结论。

关于"约翰·弥尔顿的出版自由观念"，张昆认为，弥尔顿酷爱自由，并且能为自由贡献一切，他提出的出版自由观念，不仅反映了资产阶级的进步性，而且在相当长的时间里，一直是这个世界上的伟大口号。正是这一口号奠定了报刊自由主义的思想基础。但弥尔顿的自由观念和资本主义自由主义报刊理论有相同之处，也有不同，"不能等量齐观"。

罗伯斯庇尔是一个复杂的历史人物，他是一位著名报人，他早期主张公民的权利应是平等的，他认为政府不应控制、操纵和限制出版自由，提倡及有依据的批评和思想多元。但到后期，他却主张政府影响舆论，限制出版自由。张昆认为，罗伯斯庇尔前后思想变化虽然不同，或者说后来从自由主义理论的前沿大大地后退了，甚至引入了封建集权主义的某些成分。"但这是当时的客观情势使然"，而非出自罗伯斯庇尔的初衷。其实，在同样的环境中换上任何人，都会这样转变，否则就是自愿退出政治舞台。"在其他资本主义国家，由于战争或其他非常时期，都会采取相应的措施，如新闻检查、主动指导，控制新闻传播活动。社会主义国家也不例外。1917 年十月革命胜利不久，为了巩固政权，列宁毫不犹豫地查封资产阶级报刊，没收其印刷厂。"因为张昆认为，雅阁宾政权的新闻政策及后期罗伯斯庇尔的新闻观念，应该是无可厚非的。

此外，张昆对梁启超的新闻思想、列宁的新闻思想和毛泽东的新闻思想也作了阐述，并用较多篇幅对中国的新闻学进行反思，多有鲜见的观点。

三、《传播道德论》

关于传播道德的系统研究，戴元光教授的《传播道德论》（上海大学出版社，2000 年）应是我国的第一部。作者采用定性研究和定量研究相结合的方法，一方面，对我国历史上传播道德研究和国外的研究进行考察与比照，另一方面，采用定量研究方法，在对我国传播道德研究进

行分析的基础上，就我国传播道德的现状作出评估，并从伦理学、传播学、社会学角度进行深入地探索，以马克思主义传播思想为指导，提出我国社会主义传播道德建设的思路。研究的主要问题包括：

(1) 资产阶级传播观念。重点分析资产阶级传播思想的来源，它的历史贡献和局限性；

(2) 马克思主义传播思想。重点研究马克思主义关于传播自由的思想，以及马克思主义传播思想的理论意义和现实意义；

(3) 传播的社会关怀和社会批评。重点研究媒体作为社会的调节器的特殊地位。媒体的调节主要体现在社会干预上，就是社会批评，批评社会的丑恶，反映社会舆论，张扬社会正气；

(4) 关于客观报道和新闻宣传。这是一个极富争议的问题。重点是研究东西方关于客观报道的不同理解，客观报道与传播自由的关系，新闻与宣传问题；

(5) 传播侵权。传播侵权是传播道德中最重要的问题。重点探讨传播侵权的表现、传播侵权的法律责任、社会责任和伦理责任；

(6) 传播的反文化反伦理。从文化媒体化、文化大众化的历史趋势探讨文化传播的异化及反文化、反伦理倾向，分析反文化、反伦理的社会危害；

(7) 传播与青少年教育。主要研究传播对青少年的影响，特别是不利的影响；

(8) 社会主义传播道德建设的思路。详细分析我国传播立法、执法的现状，提出了规范文化市场、放宽新闻出版政策、加强传播立法、建立以社会主义法制为基础的传播道德体系。本书有以下特点。

把传播道德问题作为系统工程来研究。传播道德问题是交叉学科，它涉及伦理学、社会学、法律学、政治学，要探讨的问题包括传播自由问题，传播的真实性、客观问题，传播的社会责任和法律责任问题，传播的文化问题，传播的侵权问题。因此，单纯地把传播道德研究局限在职业道德范围内，限制了研究视野，也可能使我们不能站在更高的角度去审视、去把握研究对象。作者正是试图从这些方面去展开，去探索：传播自由是传播道德研究的前提，没有对传播自由的理论把握就无法解开传播道德这个"结"，没有传播自由，谈不上道德，或者说是根本不道德的；传播自由不是上帝给人民的赐物，也不是人民给上帝准备的贡品，而是人民"摆脱了资本，摆脱了本位主义，甚至也摆脱了资产阶级无

政府的个人主义”，“可以自由发表一切意见”的权利；传播自由是具体的而非抽象的，是“在集体中”的“个人自由”，因为人永远是集体中的具体个人，只有通过这个“集体”才能获得自由；传播自由是相对的，不是绝对的，是有限制的，不是没有限制的，没有限制，就失去了传播自由；传播侵害是滥用传播自由，是对传播自由的侵害，违反了传播道德。作者在研究中对这些最基本的问题都进行了深入的讨论和探索，以企图在传播道德的内涵和外延的结合上准确地把握整体。

第三节　《华夏传播论》与传播学研究中国化

《华夏传播论》是孙旭培先生主编、人民出版社出版的我国第一部由海峡两岸学者携手合作的成果，也是传播学研究中国化的最新探索。

谈到传播学中国化研究，首先应该提到的是香港中文大学传播研究中心主任、新闻系主任余也鲁先生。1982年，余也鲁先生陪同施拉姆先生访问北京和上海，首先向中国学者介绍西方传播理论。其后，余也鲁先生身体力行，积极帮助内地学者开展传播学中国化的研究。他资助了多所院校和学者，为中国的传播学研究作出了重大的贡献。他主持了两岸首次传播学研讨会，在他的帮助和倡议下，传播学研究中国化发展很快，《华夏传播论》就是他推动传播研究中国化的重要成果。可以说，海峡两岸的学者，各自在自己的研究实践中体会到，传播学研究在经过必要的引进、介绍以后，不能只依赖于西方人总结出的原理和方法。中国学者要作出自己的特殊贡献，就必须研究中国的传播实践，于是“传播学研究中国化”、“传播学研究本土化”的提法就产生了。

中国五千年的文明史中，有大量的先人总结的传播观点和原理，不计其数的传播事件和现象，这些丰富的宝藏在召唤着我们去发掘。早在1978年，在香港和台北各举行过为期一周的“中国文化与传统中传的理论与实际”的研讨。当时，余也鲁教授、徐佳士教授（台北政治大学新闻系主任），都是这项研究的积极倡导者。1993年5月，在厦门大学召开了“中国传统文化中传的探索”座谈会，内地、台湾和香港的新闻、

传播、历史、人类、经济、社会、民俗、语言等学科的学者，一起商讨如何开展对中国传统文化中的传播的研究，并出版了一本论文集《从零开始——中国传统文化中传的探索》。可以认为，传播学中国化研究一开始就具交叉性特点，是各学科专家合力攻关的课题。

厦门会议由与会的余也鲁教授、徐佳士教授、郑学檬教授（厦门大学副校长）和孙旭培教授（时任中国社会科学院新闻研究所所长）组成一个委员会，部署研究课题。余也鲁教授为这项研究筹集了资金。

组委会确定先搞一本概论性著作（即已出版的《华夏传播论》），由孙旭培主持编务，并在第二年的碰头会上，列出一批断代传播史研究题目和各类专题，作为进一步的研究选题。这两次会议确定的选题，都在中国社会科学院新闻研究所的刊物《新闻与传播研究》上刊登，向海峡两岸招标。

在研究的过程中遇到了非议。这些非议无论对与不对，都有其存在的权利和价值。头一种非议就是，"传播学研究中国化"这个命题难以成立。孙旭培教授认为，科学是没有国界的，这句话总体上是正确的，尤其是自然科学更是这样。我们不能搞出中国物理学、中国数学，但是人文科学稍有不同，它们除了遵循人类社会（无论东方社会、西方社会）的共同规律以外，还有一些是对某些国家与社会的特殊规律的总结，所以对于"中国哲学"、"中国伦理学"这类说法，我们丝毫不会感到奇怪。因为不同的国情和历史，不同的民族习惯和思维方式，其哲学、伦理学的理论就会不尽相同。只是我们不能把其差异性强调到不适当的程度。

中国源远流长的历史，不曾中断过华夏文明，为传播学研究提供了取之不竭的资料。传播学大师、美国已故教授施拉姆博士（Dr. Wilbur Schramm）曾深情地写道："我们在西方文化背景中学习科学研究方法与理论的人，看见中国长春的文化，和她悠久的传的艺术传统，总免不了肃然起敬。我们常想，中国人那种深邃的智慧与洞达，要是有一天能用来帮助西方人了解自己的工艺知识，增加我们在实验方面的体会，该是多么好的事。许多人已注意到现代中国人在传的学问上认识的深刻与精致，不但反映了悠久的历史传统，且常能推陈出新。"[①]尽管西方传学大师对中国传统文化及其传播评价如此之高，在传播学领域，中国特

① 传媒、信息与人——余也鲁译述。

色的内容固然丰富,但毕竟不像哲学、伦理学等学科那样,有那么多的独特之处。

另一些非议,则来自于对"传播学研究中国化"提法的误解。在本课题研究计划执行的过程中,有两个年轻学人,分别发表文章(《现代传播》,1995年第6期),说在"尚未完整地引入传播学原理的时期",在"没有对传播学原原本本的了解",就在谈"本土化",乃是个"情绪性的提法";"以独立独行相标举的本土化,本质上也恰恰显示出西方话语的支配性","从本土化的实绩看,传统文化似乎不像被'弘扬',而倒像被拉到'国际'博览会上被拍卖,一切都得按'接轨'的标准办理,结果就跟金发碧眼的西方女子穿一袭旗袍,让人总感到有种说不出的不伦不类"。这些文章对"传播学研究本土化"予以否定甚至嘲弄。

孙旭培教授认为,"传播学研究本土化"这种表述的发明权到底属于谁,不清楚。但可以肯定,持这种观点的,不只是海峡两岸的学者中大有人在,国外学者中也有人有此看法。澳洲传播学者奥斯本说:"对于一个没有特殊传播理论的国家来说,一个最有效的、有力的开端是认真研究本国的传播史,尤其是本国传播政策形成的过程,从中发掘本国传播的目的、目标和原则。"

"传播学研究中国化"的目的,通俗地说,就是通过研究中国的传播历史和现状,为传播学的丰富和发展作出贡献,使传播学不至于只是"西方传播学"。我们致力于传播学研究中国化,"当然也不能因此导致一个结论:我们可以创立一门完全不同于西方传播学的中国传播学。辩证法使我们懂得,要善于把事物作为一个过程来看待传播研究中国化也是一个过程,就是通过大量挖掘中国文化(包括传统文化和现代文化)中间关于传播方面的财富,促进传播学的发展,最终创造出集东西文化精华之大成的传播学。"[1]

至于"传播学研究本土化"是否开展得过早,孙旭培认为,这个问题比较简单,不必强求一律。一部分人可以继续从事引进、介绍西方的传播学,或按照其基本思路和方法研究下去,一部分人可以从事"本土化"研究。对做学问的人,恐怕不能用搞"计划经济"的方法,强求他们都去生产某一种产品。况且"原原本本的了解"谈何容易,西方传播学著作,不下几千种,而且据说每年都有百十本新作诞生。让大家都等着作"原

---

[1] 《新闻与传播研究》,1994年第1期。

原本本"的了解，"本土化"研究恐怕要到猴年马月了。我们只能边学习、吸收人家的，边总结、创造自己的，当然更重视创造。这本《华夏传播论》，就是以此为指导思想出的成果。孙旭培认为，我们永远不会去做这样的选择：要么搞出与西方完全不同的传播学，要么只在那里"原原本本"地领会西方传播学。

在赞成研究中国传统文化中的传播的众多学者中，对于现在就搞一本概论性的著作，也有持不同意见的。他们认为，搞总论，只有在大量专题研究完成以后才能进行，因此搞总论恐怕是一二十年以后的事情。这个看法不无道理，要搞出高质量、高水平的总论，须在分论都完成的基础上。科学是无限发展的，人类认识真理的道路是无穷尽的，即使那时候搞出来的总论，也还是需要不断修改提高的。在科学研究的进程中，分析与综合，是不断交替进行的。在我们已有的对传统文化中的传播的认识基础上，我们是可以写出一本概论性的著作来的。何况在这方面的专题研究上，海峡两岸已经出版了著作多本，发表的论文已有好几十篇。

《华夏传播论》共 25 章、6 编，分别是绪论、传播与媒介、各领域的传播、传播主体是人、传播体制、中外传播交流对中国文化发展的影响。它囊括了古代中国传播的各个主要方面。

该书的绪论，从岩画所表现的洞穴文化讲起，揭示了人类传播的悠久历史。"传播"、"传通"、"宣传"等词语都已有一千几百年的历史。"传播"一词，用于表示言辞的广泛散布，较早见于唐代李延寿《北史·突厥传》："宜传播天下，咸使知闻。""传通"则见于《后汉书》，"宣传"体制上的"定于一尊"的一元格局。由于中国几千年的封建宗法制度，皇帝以"一言九鼎"确定了在传播体制中的主宰地位，同时，"独尊儒术"造成儒家思想的"一元"统治地位。文化传播的一元，维持着政治上的大一统。儒家理论，主张家国一体，这既使伦理政治化，也使政治伦理化。孔子的"非礼勿视，非礼勿听，非礼勿言，非礼勿动"，即表明传播活动中，"非礼"的内容均在排斥之列，这就是一种道德价值的取舍。在这种背景下，传播活动以道德为起点和归宿，传播活动的独立性、信息价值中的中立性显得异常微弱。三是十分讲究传播技巧，凝结着"东方智慧"，四是由于作为传播媒体的汉语十分独特，因此传播具有与西方颇为不同的特色。

在"传播与媒介"一编中，研究了中国语言、文字等媒介，包括谚语、

歌谣。中国有大量与传播有关的谚语和格言。许多谚语概括了传播的一些原理，如"好事不出门，恶事传千里"，说明坏事最容易传播；"百闻不如一见"，说明视觉信息比听觉信息可靠（或者直接信息比间接信息可靠）；"先入之见"、"先声夺人"、"恶人先告状"，说明先获得的信息容易占据传播的主导地位；"言教不如身教"、"说一尺不如行一寸"，说明行为是最有说服力的传播。古代中国人善于使用韵文、利用寓言、运用譬喻，对需要传播的内容进行加工，以取得更佳的传播效果。

中国古代把书籍分成经、史、子、集四种，实际上是两大类：一类是以思想为主体的著作，如经、子、集中的各种著作；一类是以知识为主体的著作，以史部著述为代表。方志和谱牒分别从地方社会的文化传播和地方家庭社会组织两个方面，对史书系统起着辅助作用，加强其传播知识的功能。中国各省、府、县，每隔一定时期就修志，以反映各地的地域分野、风土人情、物产名胜等情况。中国古代地主宗族组织发达，宗族、家族修谱盛行，目的在于敬宗效族、团结族人。修志、修谱是中国历史上很独特的传播现象。史志、谱牒实现的传播具有非即时性、非即地性、单向性、接力性，可传久远，让后人"不见古人面，可知古人心"。古人在修史中，体现了对信息制作的求真、求实精神，十分重视考辨资料的真伪曲直，做到据实直书。

该书通过服饰、礼仪、建筑、声音与传播的关系，研究了古代的非语言传播。中国古代用服饰、礼仪传播了各种观念，其中最突出的是等级观念。中国古代的建筑，也成为观念传播的符号，如宫殿式建筑传达皇权观念，民居建筑传达伦理秩序，文人园林传达"天人合一"的思想。

环境与传播的关系密切。"环境与传播"一章指出，地理环境对中国古代文化传播活动的影响是明显而深刻的。中国位居欧亚大陆的东部，地形由西向东倾斜，西部高山，东部大洋，形成地理上的"孤岛"。从中国文化的发源地黄河、长江流域向西数去，印度文明、波斯文明、巴比伦文明、亚述文明、犹太文明、阿拉伯文明、埃及文明、希腊罗马文明，一个比一个离得遥远，在交通艰难的古代，很难产生碰撞与交流。同时，中国境内，从黄河、长江到珠江流域，都没有巨大的自然屏障，不至于对各地区的交往形成极大障碍，这就使得中国的文化传播，一方面对外封闭，另一方面在境内由点到线，由线到面地传播，终到无所不及。人类支配自然的结果是在自然环境之外，又创造出一个属于人类社会的物质环境，如道路、房屋、园林、城镇以及其他各种各样的工程，

这些物质环境影响着人类的传播,我国古代对环境的改造莫过于筑长城、修运河。运河无疑有利于传播,而长城对传播则有正负两个方面的作用。

社会环境与传播的关系,这在传播学研究中算是一个很有难度的题目。"社会环境与传播"一章,从"社会环境"一词的狭义(指社会风俗和风气)的角度进行研究。从"孟母三迁",到"楚王好细腰而国中多饿人",说明古人充分意识到社会环境对传播的影响。个体与社会环境不断进行信息的传播与交流的过程,也就是个体社会化的过程。中国古代社会人文环境的重要特征是宗族聚居和崇尚儒学,而这两点在明清时期的徽州表现得十分突出。该章于是以徽州为例,从徽商的价值取向和行为取向上,来考察社会环境影响和制约人们的传播行为的具体过程。徽商们"贾而好儒",或"由贾入儒",或"由贾入仕","行商取厚利,业儒求名高"。而那些都是与他们所受的家族、学校和社会文化的影响密切相关的。

第三编逐一分析了政治、思想、文化、科学、经济、军事各个不同领域的传播。

"政治传播"一章阐明了政治信息的享有在政治权力运用与政治斗争中占有至关重要的地位。中国封建社会,既创造了朝议、廷争这样有特色的政治信息和意见的交流传播方式,也创造了世界少有的完备监督体系,以向朝廷传达监督信息。但由于皇权至上,法制不足以制约皇权,国家政治是否清明,最终取决于皇上的贤明与昏庸。信息圈与决策圈相一致时,政治就清明;信息圈与决策圈不一致时,政治就腐败。经常出现少数人垄断某些重要信息,却不应由他们,或不应只由他们进行的重大决策。这就是阴谋政治的特点。

"文化传播"一章指出,不同的国家、民族、地区的文化水平的差异,为文化交流提供了可能性。中国古代的文化传播,主要是借助使节往来、宗教、贸易、战争、手工工匠流动、接受留学生、和亲、移民等途径进行的。文化发展水平越悬殊,低水平文化吸收高水平文化越自觉、越迅速。这不但表现在物质文化方面,即使在制度文化、精神文化等深层次文化方面也是如此。蒙古人、满族人入主中原,其文化却融合于或者同化于汉族文化。北魏孝文帝(鲜卑族)为了让北方各族人民接受汉族文化,把都城迁到中原文化的中心地洛阳,袭用汉族的职官制度、礼乐制度和刑法制度,甚至让官民说汉语、着汉装、改用汉姓。当然,从物质文

化方面，汉族也吸收了许多北方民族的东西，如"胡床"（演变为唐朝的椅子，改变了汉民族长期以来席地而坐的习惯）、胡食（烧饼、饺子等面食）、胡服（小袖、束腰的短衣、长裤和靴）。该章还论述了古代文化传播发生的条件、途径和运作机制（文化的冲突、评价、选择、调适、融合等环节）。

"科学传播"一章既分析了中国古代科学的几个支柱，如医学、数学和天文学曾经达到的世界领先的水平，也讨论了中国古代科学长期停滞不前的原因。从传播学的角度来看，中国历史上很少有学术思想自由传播的时期，中国的医学、数学虽然一两千年前就达到《黄帝内经》、《九章算术》那样的高度，但一代一代的后人，只是为它们作注，别开生面的学术探索太少。中国的天文学长期是皇家科学，只为历法和预卜吉凶服务，后来者极少有勇气突破前人。这些证明，一个社会中，逆向传播难以存在，其科学就难以发展。所谓逆向传播，就是传播跟当时社会的主流观点相左的看法与信息；对于科学的某一领域来说，就是传播与这个领域的经典著作或权威性观点不同的意见与信息。此外，中国古代科学只是一味地用文字说明道理，缺少定量化的描述，缺少对各种符号的运用，也是使科学无法向前发展的重要原因之一。

在第四编"传播的主体是人"中，讨论了中国人际传播的特点，以及说服传播、民间传播和组织传播。中国人际传播特点被归纳成下列九点：强调观人；强调伦常；强调缘；强调君子之交；强调知心；强调人情；强调面子；强调防人之心；强调谦逊忍让。这些说明传播是希望对方接受自己的意见，并改变对方的态度与行为，包括劝说、游说、谏诤、辩论、谈判等。该章先介绍了孔子提出的忠臣谏君的五种方式：谲谏、戆谏、降谏、直谏、讽谏，以及宋朝名臣吕祖谦等的谏诤方法（选择进谏时机、言谏身谏并用、说以利害吉凶、不可强谏、骇世之论不可为等），然后介绍了韩非子、荀子的谈说之术。该章还介绍了《鬼谷子》这本中国古代讨论说服理论最完整的书，这本书的许多论述涉及如何针对不同的受传者，以及信息分类、传播技巧、传播效果等。

第五编"传播体制"，分析了信息的贮存（涉及档案收藏、藏书、刻书、编书）、信息的传递（包括官方文书和民间信件的传递），以及传播控制的三个环节。"传播的控制"一章谈到，君主们对传播的控制，常采取"堵"或"导"的方针。春秋时期，郑国子产上承召穆公"为川者决

之使导，为民者宣之使言”的方针，妥善地处理国人的言论，对于乡校议论执政，采取容忍的态度。但从历史上看，“决之使导”没能发展下去，控制宽松的时期比较少；“钳口”之术倒是发明了不少。孔子的“正名”和“非礼勿言”，成了古代中国人传播的准则。“不在其位，不谋其政”则是把自己的言论限定在本职之内，当然就不容老百姓越职言事。商鞅提出的“壹言”，即统一舆论，在中国有几千年的影响。从秦始皇焚书坑儒，到清朝雍正、乾隆年间大兴“文字狱”，从“独尊儒术”到设定八股文体，全都是一脉相承的，都是为了控制意识形态，强化封建专制统治。

在全书最后一编中，分析了中外传播交流的运作过程中所表现的特点，及其对中国文化发展的影响。其中阐述了明朝太监郑和下西洋，认为如果仅从传播者的动机来看，这是有组织的政治传播活动。明成祖朱棣担心其前任惠帝还在海外活着，让郑和出海搜寻，以除后患，同时借机“耀兵异域，示中国强”。丝绸之路上实现了文化大传播，沟通了中国文明、印度文明和波斯文明。本编还用相当多的篇幅分析了中外宗教传播，包括佛教、景教（基督教）、牟尼教等。从佛教、牟尼教的传播可以看出，外来宗教要在中国立足必须具备两点，一是必须取得中国当权者的支持，才能在中国大一统的政治、文化氛围中落下脚；二是必须主动融入中国文化，依附和适应中国文化，或者说使之“汉化”。而基督教在传播的过程中，不肯适应中国文化的特点，比如不准其信徒崇拜祖先，这违背了中国人的根深蒂固的文化传统。因此基督教在清朝康熙年间遭到朝廷的禁止。

该书的缺点和不足主要是理论概括不足，结构不够严谨，文字风格差异较大。

第四节　传播学学科地位得到确立

一、积极开展全国性传播学研讨活动

20 世纪 90 年代前后的几年，中国传播学研究一度受挫，但传播学研究并没有停止。1986 年第二次全国传播学研讨会后，全国性学术会

议虽然有些减少，但到1993年全国传播学研讨会在厦门大学召开，则标志着我国传播学研究已进入新时期。这次会议回顾了传播学研究的经验教训，来自全国22个新闻教育单位和新闻媒体的35位代表到会就中国传播学的发展问题展开讨论，34篇论文围绕我国传播学发展和新闻改革各抒己见，特别是结合中国改革开放的形势，紧紧围绕建立中国特色传播学理论体系，以及传播学的基本理论、大众文化、传播与经济建设和国家发展、跨国传播等问题，进行了深入探讨。会议对10多年来的传播学研究作了充分肯定。20多年来，发表了数百篇传播学研究文章，出版了100多部著(译)作。研究队伍从几个人、十几人发展到几十人。会议也认为中国传播学进展还很慢，研究队伍还不够壮大，已出版的著作同中国实际结合得还不够紧，新闻从业人员对传播学理论还比较陌生，传播理论对新闻实践缺乏指导。会议认为，应该重视传播学基础理论的研究，重视对中国传播理论的研究，重视传播学理论研究与中国实际相结合，并推动新闻学研究，逐步发展和建立中国式的传播理论体系。会议认为，应进一步加强对西方传播学理论的研究和引进工作，摒弃其错误的观点，吸取其有益的影响，总结中国的传播经验和丰富的传播思想，认真研究中国当代新闻传播事业，开展传播学主要课题研究。

第三次全国传播学研讨会前后，有关传播学的著作仍有一定的量，传播学研究的论文也较多地发表。韩纲在《1990年至1997年四所高校新闻学与传播学研究的回顾和分析》(《新闻大学》，1998年秋季号)一文中，以中国人民大学复印报刊资料《新闻学》为依据，对中国人民大学、北京广播学院、复旦大学、武汉大学教师发表的研究论文进行统计分析。四校从1990—1997年发表的论文被《新闻学》收录的共332篇，其中传播学24篇，国际新闻学24篇。文章认为，在传播学研究论文中，传播领域的研究是重点，传播学仍处于引进和消化阶段，对新兴学科重视不够。但这时期，传播学著作却大量出版，此外，国内的报刊上研究传播学的论文仍有很大的上升，其中1994、1995年较为突出。1994年的论文较多地是讨论传播学基本理论问题和实际研究的问题，对西方批判学派的研究成为不少学者关注的对象；其次是较关注传播学中国化问题、中国古代的传播思想问题，并建议以研究新闻学为主转入研究传播学，用传播学理论框架研究新闻学。1995年发表的论文超过1994年，内容和重点也较过去有所转移，传播学中国化、欧洲批判学

派、受众和传媒等都进入研究视野。

第四次全国传播学研讨会于1995年6月26日至30日在四川成都召开。会议以传播学发展为主题，着重讨论了传播与国家发展的问题，主题涉及到传播与经济问题，传播与文化问题，传播与信息高速公路问题，传播与政治的关系问题。应该说，传播学研究到1995年，已有很大的质的变化，反映出传播学研究向深层次发展；传播学研究开始向别的学科渗透，如社会学、经济学、文化学等；传播学研究视野开阔，学术气氛空前活跃；更为可喜的是，传播学研究队伍不断壮大。与第一、第二次传播学研讨会相比，人数猛增，一批高学历、年轻学者初露头角，他们向大会提供了一批有较高质量的论文。较早投入传播学研究的学者如李启教授、陈力丹教授、吴文虎教授、明安香教授、刘建明教授，他们都奉献了自己最新的研究成果。

第五次全国传播学研讨会于1997年4月22日在杭州举行。这次会议以传播与经济发展为主题，来自大陆和港台的60余名专家学者出席会议，会议上发表的30多篇文章论题广泛，但有一个共同的特点，就是努力寻找传播学研究的突破点，认真反思已走过的路，关注传播学自身建设问题。这是传播学研究深入的一个信号。

第六次全国传播学研讨会于1999年11月在复旦大学举行。这次世纪之交的传播学研究盛会既是对我国传播学研究20年来的总结，又是对21世纪传播学研究的展望。会议共收到论文50余篇，既有较早从事传播学研究的年长的学者，也有一批年轻的新秀；内容既有对传播学理论包括对西方传播学理论的探讨和传播学中国化研究，也有专业技术方面的研究经验。理论研究方面，有刘建明教授的《传播模式的理论价值与混沌》，陈韬文教授的《文化转换：中国花木兰传说的迪斯尼化与全球化》，魏永征教授的《大众传播媒介与自然人的法律关系》，吴予敏教授的《论传播与人的反思性》，陈先元教授的《关于传播功能的若干思考》，崔保国教授的《媒介变革论》等。关于西方传播学方面，有张咏华教授的《新形势下对麦克卢汉媒介理论的再认识》，杨瑞明教授的《从"现代化"到"全球化"："媒介帝国主义"理论的发展》。关于传播学中国化，有徐耀魁教授的《中国传播学研究之我见》，芮必峰教授的《从孔子的"仁"学思想看中国人际关系的本质特征》，陈怀林教授的《试析中国传媒的渐进改革》，胡正荣教授的《我国媒介管理运行体系研究——以广播电视为例》。关于传播效果和业务，有丁柏铨教授的《论新闻传媒

与社会互动关系》、宋新桂教授的《创建名牌:强化传媒的新闻舆论监督》、刘卫东教授的《对新闻传播效果的多维观照》,郭可教授的《因特网在对外传播中的应用》、吴廷俊教授的《传播科技是传播发展的第一推动力》,李岩教授的《对电视现场新闻的叙事分析和真实性的思考》。《传播学论文选萃》(尹韵公 明安香主编,南京师范大学出版社,2000年)是这次研讨会的论文集。

2000年10月,中国人民大学在北京召开了"世界新闻传播100年学术研讨会",90多位学者参加了会议,提交论文70多篇,内容从传播理论、传媒研究、网络传播,到传播业务和技术,非常广泛,是世纪末的一次学术大聚会和大检阅。在全体大会上,6位学者宣读了他们的论文,即黄煜教授的《省际新闻流通与省委机关报》,陈力丹教授的《20世纪世界和中国新闻传播的重大变化回顾》、李希光教授的《软力量与全球化》、孟建教授的《"文化帝国主义"的全球化传播与影视文化的反弹》、段京肃教授的《中国传播媒介走向世界的思考》,戴元光教授的《互联网与文化重构及社会分化》。

二、学科地位得到确认

从1980年,我国就在部分学校设立了新闻学硕士点和新闻学博士点,有的学校在新闻学硕士点上设置了传播学研究方向,但传播学一直未被有关机构承认。1995年以后,一些高校开始设立传播学硕士点,1997年国务院学位委员会把新闻传播学列为一级学科,下设传播学博士点和硕士点。这不仅使传播学的学科地位得到确认,而且有力地推动了传播学人才的培养。1998年,中国人民大学、复旦大学正式设立了传播学博士点,并有一批学校设立了传播学硕士点。

到目前,传播学博士点有:中国人民大学、复旦大学、中国社会科学院、武汉大学、北京广播学院。

传播学硕士点有:中国人民大学、复旦大学、兰州大学、北京广播学院、浙江大学、上海大学等。

下　编

传播学研究的
深入与波折

第九章

传播观念的嬗变

1989 年以后，中国传播学研究开始走向低谷，主要表现是：传播学界的对外交流基本停滞，部分学校将传播学课程排除在教学计划之外，报刊上有关传播学的论文明显减少，在传播学研究领域较为活跃的专家、学者对传播学保持低调的看法。但这一时间持续并不长久。

浙江大学新闻传播系教授黄旦、韩国飚曾对这一时期我国新闻学期刊上发表的论文作过分析研究，认为从 1989 年 1992 年，传播学论文发表处于低谷期。可以认为，受“六四”风波的影响，这一时期传播学研究较为沉闷。但也有别的原因，一是传播学研究到 1989 年，对西方传播学的引进已有较大实绩，传播学中国化问题尚未有成熟的思路，对于传播学在中国的发展问题和对西方传播学的研究有待消化，或者说正酝酿着更大的突破；二是许多学者开始系统地整理传播学理论，准备推出一批专著；三是学者队伍处于新老更新的时候，年轻学者将脱颖而出。

但经过 10 多年，中国传播学术界和新闻界的确发生了巨大的变化。开始，人们连“mass communication”的英文词组也弄不明白，到“六四”风波前，学者们对西方传播学的产生、发展和理论已较了解，百余篇文章问世，推出了 10 多部传播学著(译)作，“传播”一词成为学术界的时髦用语。

第一节　从传统观念到现代意识

中国近代新闻事业始于 19 世纪初叶，比西方晚几百年，新闻学研

第九章

传播观念的嬗变

1989年以后，中国传播学研究开始走向低谷，主要表现是：传播学界的对外交流基本停滞，部分学校将传播学课程排除在教学计划之外，报刊上有关传播学的论文明显减少，在传播学研究领域较为活跃的专家、学者对传播学保持低调的看法。但这一时期持续并不长久。

浙江大学新闻传播系教授黄旦、韩国飚曾对这一时期我国新闻学期刊上发表的论文作过分析研究，认为从1989年—1992年，传播学论文发表处于低谷期。可以认为，受"六四"风波的影响，这一时期传播学研究较为沉闷。但也有别的原因，一是传播学研究到1989年，对西方传播学的引进已有较大实绩，传播学中国化问题尚未有成熟的思路，对于传播学在中国的发展问题和对西方传播学的研究有待消化，或者说正酝酿着更大的突破；二是许多学者开始系统地整理传播学理论，准备推出一批专著；三是学者队伍处于新老更新的时候，年轻学者将脱颖而出。

但经过10多年，中国传播学术界和新闻界的确发生了巨大的变化。开始，人们连"mass communication"的英文词组也弄不明白，到"六四"风波前，学者们对西方传播学的产生、发展和理论已较了解，百余篇文章问世，推出了10多部传播学著（译）作，"传播"一词成为学术界的时髦用语。

第一节　从传统观念到现代意识

中国近代新闻事业始于19世纪初叶，比西方晚几百年，新闻学研

究始于20世纪30年代，比西方晚了几十年。虽然在许多大部头史书里，认为我国汉代便有了报纸，但真正的报纸是产生于近代，是资产阶级登上政治舞台的产物，并且我国的新闻事业走着与西方别的国家完全不同的模式。西方报纸经历了资产阶级革命前的封建社会的官报，资产阶级革命中的资产阶级报刊，资产阶级革命后的资产阶级统治者的报刊，议会民主和多党政治体制时期的政党报刊、商业报刊和廉价报刊时期。中国新闻事业经历了封建官报、外国人在华办报和资产阶级民主报刊、无产阶级报刊时期。在中国报业成熟以后，报刊基本上是政党报刊。

由于中国新闻事业的政党性质，中国的传播理论从一开始就具浓厚的政党政治色彩，并在这种基础上形成了当代中国新闻理论。当代中国主宰的新闻理论实际上是中国共产党的新闻主张，它的基本观点反映在中国共产党主要领导人的言论和中国共产党的许多文件中。

中国共产党的新闻理论在50多年的成长并趋成熟的过程中，也经过了许多的曲折，但基本理论没有变化，直到改革开放后才在新的历史条件下作出适当的调整，就如同中国共产党在50年代、60年代和70年代实行的理论和政策一样，在改革开放后才在基本原则不变的基础上得到不断的完善和修正。改革开放后，中国共产党提倡开放的学术环境，江泽民提出"把党内监督、法律监督、群众监督结合起来，发挥舆论监督的作用"。朱镕基指出新闻媒介的任务是"舆论监督，群众喉舌，政府镜鉴，改革尖兵"。这些理论为新闻理论的发展和进步提供了宽松的政治背景。

西方传播学理论引进中国之后，中国新闻传播学界眼界大开，纷纷从西方传播学理论中吸取有益的成分。但由于中国长期以阶级斗争为纲和政治挂帅，新闻与传播学研究的历史包袱很重，加上不断的来自各方面的干扰，我国新闻传播学走向现代化的路程还相当遥远。尽管如此，中国新闻与传播学术界还是孜孜不倦地耕耘着这块几乎荒芜的土地，缓慢地前进着。

我国缺少自己系统的新闻传播理论，这是中国新闻传播事业发展的极大欠缺。虽然"报馆有益于国事"的观点是当时中国新闻学界所接受的，但几代新闻传播学启蒙者并没有为国人提出更丰富的、更系统的新闻传播理论。随着时代的发展，新闻传播事业也日益发展，但似乎很难成为独立的事业，因为中国近现代长期的激烈的阶级斗争，使得新闻

传播事业几乎一直是跟随在阶级斗争的战车后面，以阶级斗争为中心，随着政治车轮而转动。新闻传播学界的主要学术研究任务就是论证新闻传播事业为政治服务。这也是为什么许多人，尤其是专家学者认为“新闻无学”的原因。

在引进西方传播学，并对西方传播理论进行初步的研究后，中国传播界的新闻传播意识发生了很大的变化，从 1979 年到 1989 年的 10 年的理论探索就是这一变化的表现。这些变化主要表现在三个方面。

一、在传播学的理论框架下研究新闻传播学

从 1979 年到 1989 年，各种期刊上发表了百余篇新闻学与传播学论文，推出了几十部传播学专(译)著。1989 年后，虽然在期刊上发表的论文比较少，学术空气比较沉闷，但传播学专(译)著却较多地出版，并且较有理论深度，较能结合中国新闻传播事业的实际，也就是说新闻传播学界已逐步站在了“地球村”的角度去讨论新闻学、传播学诸理论问题，封闭的、唯我独革(命)的心态被打破，产生了对国际传播学理论合理部分的认同感和对中国新闻传播理论的危机感。新闻学、传播学不管从理论上还是从实践上，当然不会只有一种模式，因为世界各国有不同的历史条件和文化背景，但新闻学、传播学的基本规律和基本理论应有相同之处，因为任何一种理论都不是孤立的，而是互动的，吸取着各种不同的文化价值，蕴含着人类共同的精神财富。马克思主义不是产生于中国，但却影响了中国的历史发展方向，就是这个道理。由于人们的传统意识和心态被打破，新闻学、传播学研究天地一下子宽阔了。例如，过去只强调新闻传播的喉舌功能，忽视或否定传播的多功能，当然无法解释今天的媒介所担负的多种角色，包括经济传播、商务传播、娱乐传播；过去只提新闻宣传，却无法解释新闻除宣传之外仍有真实反映时代生活的作用，认识到新闻不等于宣传，宣传并不是新闻传播的主要功能或唯一功能。特别值得指出的是，大部分新闻学者都不约而同地将目光转向传播学，许多过去只称作“新闻理论”的现在大部分被称为“新闻传播理论”、“新闻传播学”，寻求用传播理论去审视、检讨甚至指导新闻学研究。传统的新闻教育也发生了变化，厦门大学首先成立了“新闻传播系”，其后，一批新闻系改名为“新闻传播系”或“新闻与传播系”或“新闻传播学系”或“新闻传播学院”、“国际新闻传播系”、“国际

新闻传播学院”。30多种新闻学期刊，有的叫“现代传播”，有的称为“新闻传播”，不一而足。这些变化，今天的年轻学子们也许已习惯了，但须知，把“新闻”改为“新闻传播”，把“新闻系”改为“新闻传播系”，把广播、电视、报纸等称为“媒介”，经过了10多年的时间，经过了曲折的过程。当我们把今天的传播事业同20年、30年前相比较的时候，虽然还有诸多难以令人满意的地方，但我们应该为时代和本学科的进步而由衷地高兴。这是中国改革开放的巨大成就。没有改革开放的政策就没有今天的新闻传播事业，就不会有今天的新闻传播学。陈力丹教授在总结中国新闻传播学界的变化时指出：“1984年以后它形成了一股潮流，更新一代的新闻学研究者开始用各种现代科学方法论和新的思维方式研究中国的新闻现象，仅仅间隔几年，思想认识的差距竟在‘文革’后第一代新闻学研究者和更新一代研究者之间产生了‘代沟’。好在‘沟’尚不深，‘两代人’得出了可以接受的共同结论：如果新闻学继续在报纸的性质、任务和作用、党性、人民性、指导性、真实性、战斗性、思想性等等概念里转圈子，是没有出路的。……必须认识世界，认识现代科学，对马克思主义的新闻观有新的、全面的了解，并且把二者结合起来，以传播现象的理论研究为基础，建设适应商品经济和民主政治的有中国特色的新闻学。”

陈力丹教授认为，对现代新闻意识的追求在三个问题上改变着传统新闻学。首先，人们逐步学习站在世界的立场看中国。在这种思维方式下，中国的新闻学被拿到世界上去比较，老子天下最革命的心态被打破了，与世界的差距唤起了急起直追的积极建设的心态。其次，人们逐步产生了与世界新闻学（严格说应是传播学）的认同感。一旦与世界新闻学交往的门打开了，便得到了一种结论：“新闻学是人类共同文化的内容，它需要的首先是认同意识而不是斗争意识。各国的新闻学固然都有自己的文化传统和政治背景，但对我们来说，更为重要的是超越国界、阶级、种族的属于全人类共同的优秀文化成果、价值和观念。最后，随着人们的眼光从中国转向世界，在传统新闻学中实际上作为被动对象的人，逐步成为新闻学中研究的主体，从一次次受众调查、新闻心理学、新闻美学直到文化新闻学，都是以新闻活动中的人为主要研究对象，人的经济关系和阶级关系以外的广阔领域，诸如种族和民族特征、生活方式和习惯、思维方式和情感方式、知识结构和文化水平、伦常观念和人格观念、遗传基因和创造能力等等，在广义文化制约的视角下得

到了一定程度的重视。"[1]

二、学术交流活动空前活跃

尽管传播学研究一度处于低谷时期，但传播学的对内对外交流仍在积极地开展。从80年代初到90年代，国际国内交流学者超万人次，其中千余人次赴国外访问、讲学、留学，国内学者交流从无间断，大陆、港台学者的交流持续发展。美国夏威夷大学与中国学者的访问和交流计划一直坚持执行到90年代后期，大陆、港、澳、台逐步定期进行交流。

国际交流，主要包括三个方面。一是一批年轻的学者到国外，主要是攻读传播学博士学位，这一批学者中不乏一大批佼佼者，有些活跃在中外传播学界，如祝建华博士、俞旭博士、潘忠党博士、陈怀林博士、黄煜博士，这些知名学者虽大部分身在国外，但经常回中国大陆开展学术交流，他们的研究思想和方法影响一大批国内学者；二是一批高级访问学者到国外开展学术交流，他们有的活跃在国外学术界，有的成为国内的学术骨干，如郭庆光教授、居延安教授、张国良教授等等；三是定期互访和出席学术会议。据不完全统计，近10多年，出国的高级访问学者超过千人次，出席国外学术会议的有400多人次。由于国际交流的展开，中国学者能更多地考察西方传播学和传播事业的发展，从而探讨传播学中国化的问题，并引进了许多西方传播学研究成果，介绍给中国广大学者。

大陆同港澳台的交流越来越稳定和制度化。现在两岸三地新闻和传播学界、教育界的交流已经十分频繁，并呈现三个特点：一是从知名学者的交流发展到一般学者的交流。过去的交流仅限于学界少数知名人士和主管领导，现在已发展到一般学者、学生、研究生的交流。从80年代末到90年代末，台湾的政治大学、铭传大学、朝阳大学、交通大学已有数批多人访问大陆有关院校，大陆的许多院校也派出一批年轻学者、本科生、研究生、博士生访问台湾、香港有关院校。二是校院际交流层面不断扩大，过去校院际交流主要在少数学校，现已发展到大部分院校。三是在交流的基础上携手开展研究，从90年代初，两岸已有许多领域在合作研究，如余也鲁先生倡导的两岸传播学中国化研究，复旦大学新闻学院、人民大学新闻学院、武汉大学新闻系、浙江大学人文学院、上海大学影视学院的专家学者与政治大学、香港中文大学专家学者联

---

[1] 《新闻学刊》，1988年第6期。

合开展的20世纪中国新闻学与传播学研究，体现了两岸四地的合作精神和共同心血。

三、研究方法发生变化

中国传统的新闻学研究是同政治紧密地联系在一起的，正如陈力丹教授所指出的，中国社会长期的政治斗争并由于政治斗争（包括军事斗争）的结果取得的革命胜利，使得全社会在心理上树立了政治的绝对权威，由此激发了昂扬的政治热情，同时潜在着政治崇拜的意向。小生产经济条件下产生的“有了政权就有了一切”的政治意识，找到了实现的历史时机。这种大环境保证了不仅不变，而且大有强化的趋势，新闻学内部发生的各种观点的矛盾冲突，都被纳入政治斗争的模式。于是，新闻学的核心内容就是政治观念，新闻学需依靠政治力量的调整来获得发展的动力。

在这种情况下，新闻学被看做与政治伦理的是非得失直接相关的一部分，它不需要从新闻学的研究对象出发，也不必回归到对象。新闻学的论点具有强烈的现实针对性和效用性，新闻学的思维被限制在二选一的对立面斗争中。这种直接的功利性给庸俗社会学思潮带来了机会，马克思主义的新闻学被加以实用主义的庸俗化解释，唯书、唯上、唯概念、唯主义判断是非，成为一种习惯性思维方式。

在这种思维方式下，新闻学批评本身就是一种政治审判和裁决。是非之争，不是取决于谁掌握更多的真理，而是取决于谁在政治上处于更有利的地位，有了这种地位就有了主动权，丧失这种地位就会灾难临头。因此，新闻学的学术之争便演化为各方争夺政治主动权的恶战，政治利害替代了基本的道德良心。此风一开，人们的心态变化了，每当政治风浪来临，就把自己不以为然的一切统统塞进“批判”的筐中，深文周纳，上纲为线，制对方于死地而后快。在还有良知的人身上，便出现了文学界所讲的那种“何其芳现象”。

当代中国新闻传播学研究初步摆脱传统模式，也许这是中国传播学界最值得骄傲的突破。这些突破主要表现在四个方面：一是定量研究在新闻传播界和学术界广泛开展。从1982年的北京调查展开，受众研究一直成为实证研究的主流，现在，定量的实证研究已被新闻界和学界普遍使用，虽然也有高层认为“就那几个数字”，谈不上研究，但近年来新开展的实证研究不仅为学界、传播界提供了大量的资料，也为政府

部门和社会提供了决策和行为的依据。国家教委还将大众传播学的定量研究方法列为“八五”社科资助项目①。二是新闻传播学研究在传播学研究的框架下，大大拓展了研究思路，过去连想都不敢想的有关传播效果研究，有关传播与国家发展的研究，有关传播与观念变革研究，都成为研究课题。从“七五”的新闻事业与现代化建设研究到媒介产业研究、传播负效果研究都成为国家资助的研究课题。三是一批研究机构相继成立，如较早成立的中国人民大学新闻舆论研究所、复旦大学文化与传播研究中心，以及陆续成立的30多个研究机构，活跃在传播学研究领域，成为学界开展传播学研究的积极推动者。最近成立的中国人民大学新闻传播与社会发展研究中心，复旦大学信息与传播研究中心则是国家批准的新闻传播学科教学科研基地。四是研究视野更为开阔。学界研究已初步摆脱过去尤其是“文革”10年的阴影，能够更多地开展横向的研究，如中外比较研究、纵向研究。

第二节　学术讨论风气初步形成

我国历史上有“百花齐放、百家争鸣”的时代，如春秋战国时期，一批忧国忧民的学者著书立说，游说四方；清末民国初，一批资产阶级思想启蒙家开展学术论争。也有苛政猛于虎的“文字狱”时代，如秦始皇的焚书坑儒和雍正、乾隆年代的“文字狱”。改革开放政策实行以来，我国学界按照毛泽东“百花齐放、百家争鸣”的思想，在不违反四项基本原则的前提下，对学术问题能够公开研讨，不同的意见能够适当予以发表。1997年、1998年的关于传播学的讨论便是一例。

一、李年贵和《坚持政治家办报，把握正确舆论导向》

在新闻学与传播学的研究中，一直存在不同观点和论争，但学者们能将不同观点公开在报刊上，这是改革开放的一大功劳。1997年是传播学研究较为深入、传播学研究中国化备受关注的年代。李年贵先生

① 戴元光、苗正民：《大众传播学的定量研究方法》，上海交通大学出版社，2000年。

在《新闻业务》(新华社编,1997年第11期)上发表了题为《坚持政治家办报,把握正确舆论导向》的长篇论文,分三个部分论述了他的观点。为了使李年贵先生的观点完整,这里较全面地介绍他的观点。

文章开头引用了毛泽东1957年与吴冷西的谈话中提出的“政治家办报”的观点和江泽民1996年9月26日视察人民日报社时提出的党的新闻工作必须正确把握舆论导向的观点,开展了他的论文。在第一部分“只有坚持政治家办报,才能把握正确舆论导向”标题下,李年贵先生说,1957年6月7日,毛泽东同志与吴冷西同志谈话时鲜明地阐述了“政治家办报”的观点。他说:“写文章尤其是社论,一定要从政治上总揽全局,紧密结合政治形势。这叫做政治家办报。”“写社论不联系当前政治,这哪里像政治家办报?”1959年6月20日,毛泽东同志与吴冷西同志谈话时更加鲜明地指出,“报纸办得好坏,要看你是政治家办报还是书生办报。我是提倡政治家办报,但有些同志是书生,最大的缺点是优柔寡断。”

李年贵先生指出,1996年1月2日,江泽民同志接见解放军报社师以上干部时,对政治家办报问题作了进一步论述。他指出:“毛主席过去讲:‘搞新闻工作,要政治家办报’。这一指示精神至今仍然具有重要的指导意义。新闻作为一种意识形态,作为宣传、教育、动员人民群众的一种舆论形式,总是直接或间接地反映我们党和国家的政治立场、政治主张和政治观点。”“因此,报社的同志,必须讲政治,必须具有良好的政治素质,具有很强的政治鉴别力和政治敏锐性,必须树立高度的政治责任感。每个同志都要自觉地在思想上、政治上与党中央保持一致,在任何复杂多变的形势面前,都要保持清醒的头脑。这是坚持正确的办报方向,始终保持正确舆论导向的关键所在。”

李年贵先生认为,我们讲政治,讲政治家办报,绝不像西方和港台某些报刊所歪曲的那样,说什么中国“改变”以经济建设为中心的路线,又要回到过去“以阶级斗争为纲”、“搞‘左’”的那一套了。以经济建设为中心、实行改革开放,是我们的基本国策,这是绝不会动摇的。但始终要保持清醒的头脑,不迷失方向。

在第二部分“只有坚持政治家办报,才能自觉地维护新闻工作的党性原则”中,他指出,鲜明的党性原则是新闻工作的灵魂。坚持鲜明的党性原则,是党对新闻工作的根本要求,也是衡量、处理新闻工作中各种问题的最高准则。他说,然而,有人打着总结“文革”教训的旗号,提

出所谓的"人民性"来同党性原则相对抗;一些人还大量传播西方资产阶级新闻观点来否定马克思主义新闻观点。他们的言行遭到我国广大新闻工作者的坚决抵制和批评。他认为,1989年11月28日,江泽民同志在新闻工作研讨班上的讲话,为这场争论作了结论:"我们的新闻工作是党的整个事业的一个重要组成部分。因此不言而喻,必须坚持党性原则。这本是新闻战线的同志特别是老同志都熟知的。但是,近几年来,有的人对这样根本性的问题竟然产生了疑问,有的甚至主张所谓人民性高于党性。"他引用江泽民同志的话说:"我们的党是工人阶级的先锋队,代表工人阶级和广大人民群众的根本利益,除了工人阶级和人民群众的根本利益以外,没有自己的任何私利。坚持党性原则,也就是坚持工人阶级和人民群众的根本利益的原则,两者是完全一致的。"他明确指出:"提出'人民性'高于党性,实质就是要否定和摆脱党对新闻事业的领导。如果说以前我们对这种观点的实质还看不清楚的话,那么经过这次动乱和反革命暴乱就洞若观火、昭然若揭了。"

李年贵先生认为,资产阶级新闻观点相对沉寂了一段时间。不多久,这种错误观点又鼓噪起来,这表明从深层次看来,在一部分新闻采编人员、研究人员和教学工作者中,对这个思想问题并没有完全解决。现在有两种倾向值得注意。一是有人继续鼓吹"破除单一的党性观念"。1993年6月27日有人在台湾《联合报》载文说:"某某人反复强调,人民是第一位的,是至高无上的,他的错误不是'人民性高于党性',恰恰相反,而是没有更明确、更彻底、更坚定地坚持'人民性高于党性'。"北京某大学教授去年9月在香港一家杂志发表文章说,"新闻体制改革总的来说,就是要力求逐渐放松对新闻的控制,'要打破党报一家独鸣的局面','要强调报纸的相对独立'。非党报更要相对独立,报人要有独立的人格,要能够独立思考、发表独立见解。"中国社科院新闻研究所原所长去年也在武汉一家大的新闻刊物上撰文说:"报纸有共产党的报纸,有非共产党的报纸,理所当然,它们'性质上有所不同'。那么在规范其运作时,自然也应有所不同。民主党派和人民政协不是'无产阶级先进分子'组织,怎么能要求作为这些组织的喉舌的报纸,坚持无产阶级政党的党性呢?"他提出"对整个新闻事业的要求,是我们通常说的'二为'方针,而不是党性原则"。

二是有人提出以传播学代替新闻学,目的是取消党性原则。江苏一家出版社出版了浙江某大学新闻与传播学院新闻研究室主任和上海

某大学一位学生合写的《新闻传播学》，此书公开宣称：传统的新闻学“陷入了绝境”，“用新闻传播学取代新闻学，再以传播学替换新闻传播学，这实在是社会的需要，时代的趋势，历史的必然，并不以哪个人的意志为转移，也没有任何力量能够左右它、阻挡它。”南方有的大学1996年举行研讨会也提出“新闻学研究陷入困境，传播学的引入带来了思想解放”，认为“传播学理论性、科学性较强，有理论稳定性；新闻学实践性、功利性较强，变动大”，“我国新闻学研究政治负担太重”。

李年贵接着说，党的十四届六中全会《决议》强调指出：“新闻宣传必须坚持党性原则，坚持实事求是，坚持团结稳定鼓劲，正面宣传为主，牢牢把握正确的舆论导向。”江泽民同志在谈到坚持党性原则时，特别明确地强调：“各级党报要这样，部办的和专业性的报纸也要这样。”

在第三部分“只有坚持政治家办报，才能不断提高新闻舆论引导水平”中，李年贵先生指出“政治家办报，首先要求政治导向正确，大力弘扬主旋律。我们说的主旋律即邓小平同志建设有中国特色的社会主义理论，党的基本路线和方针政策；爱国主义、集体主义和社会主义等等”。除了政治导向，还有文化导向、道德导向、生活导向等等也应当正确。

李年贵先生认为，从总体上来说，由于党中央的正确领导和新闻界全体同志的辛勤努力，当前的舆论宣传工作导向正确，基调鲜明，把握得当，积极健康，为改革开放和现代化建设创造了良好的舆论环境。但是，我们也应当清醒地看到在舆论导向上也还存在一些不可掉以轻心的问题，其危害和造成的影响不可低估。

——在一些重大理论问题的宣传上是非不分，造成思想混乱。比如在经济理论上，鼓吹私有化，否定公有制，甚至公开提出党组织退出企业的主张。在史学理论上，全盘否定1840年以来的一切人民起义和革命斗争，出现了“告别革命，远离政治，疏远主流，淡化意识形态”的反历史主义思潮，不仅否定中国共产党领导的新民主主义革命，而且否定孙中山领导的资产阶级民主主义革命。不是十月革命一声炮响送来了马克思主义，而是鸦片战争一声炮响送来了西方文明。在文艺理论上公开提出“不可强求文艺家议政议经议德，‘文学艺术家，主要应当有其美学上的理想’”。这实际上是提倡文艺家不必讲政治，连道德也不要讲，把美学与政治、经济、道德割裂开来。

——一些舆论宣传低级庸俗，格调不高。某些大报尤其是一些街

头小报、生活类期刊热衷于报道所谓"高层内幕"，掺杂淫秽色情、凶杀暴力内容的案例，耸人听闻的奇闻轶事，该热的热不起来，不该热的反而"炒"得滚热。公开宣传婚外恋、找情人等等。

在世界观、人生观、价值观上误导。宣传"金钱万能"、"金钱决定一切"；推崇"莫谈国事"和极端个人主义；鼓吹"殖民文化"有功。

二、李良荣、李晓林和《新闻学需要转向大众传播学》

发表在《新闻大学》(1998年秋季号)杂志上的《新闻学需要转向大众传播学》(以下简称李文)认为，"新闻学转向大众传播学不单是一个理论的问题，更是一个实践的问题"，"这两门学科的转化、整合"是新闻实践的呼唤。李文首先分析新闻学与大众传播学的异同，它说：新闻学是以人类社会客观存在的新闻现象作为自己的研究对象的学科，重点探索新闻事业的产生、发展的特殊规律和新闻工作的基本要求。从新闻学的内容看，它可分为理论、历史、业务三部分。大众传播学是传播学的分支学科，以研究大众传播活动为支点，"着重研究大众传播工具与社会的关系，以及与社会的政治、经济、文化、教育、意识形态、生活方式等等的关系。这两门学科有着不同的生长背景，不同的研究对象，不同的研究方法，不同的思维模式，不同的文化积累。"

新闻学和大众传播学有各自质的规定性，它们之间的差别如下：

1. 新闻学和大众传播学的学科背景差异极大

新闻学是在媒介产生并动作之后而开展起来的，尤其是政党报的风行为新闻学的产生奠定了其初始的政治背景。在我国，这种情形尤甚。如果以19世纪末有关"新闻纸论"为新闻学的发轫，那么，一个多世纪的新闻学始终关注于新闻事业的功能，尤其是其政治功能，新闻学有着鲜明的政治取向。大众传播学则显示其交叉性、边缘性和多学科性，是受哲学、政治学、社会学、社会心理学、经济学等的影响而逐渐成型于20世纪40年代的。

2. 新闻学和大众传播学的研究领域存在差异

新闻学历来研究报纸、广播、电视三大传播媒介的新闻、评论两部分，对报纸上的广告和副刊研究较少，对广播、电视的社教、文化娱乐、社会服务等部分涉及更少；大众传播学研究对象广泛，研究内容包括报纸、广播、电视、电影、杂志、书籍这六大块传送信息的行业，而且含着这六大块的全部内容。

3．新闻学和大众传播学研究的主攻方向不同，两者的研究各有侧重点

新闻学主要以“新闻”研究为本位，研究媒介在以新闻采集为基础上的内部运行，包括新闻体制，以及媒介的特点、功能、新闻工作的原则、新闻的基本规律等。大众传播学主要研究媒介与社会的互动，即社会对媒介的作用和媒介对社会的影响，尤其把重点放在对“人”即受众的研究上。媒介效果的调查研究即针对媒介对受众的态度、行为的影响，是大众传播学研究的最主要部分。

4．研究方法存在差异

新闻学以定性研究为主，主要表现在新闻学研究偏向于媒介的新闻和评论部分，所以它带有强烈的理念成分，这使得新闻学首先以党报学的姿态出现，它的政治倾向、阶级性鲜明，比如新闻学的“五性”就带有浓厚的思辨色彩；大众传播学则采用定量研究方法，更趋向于实证，以量化来说明问题的轻重缓急。它们反映了不同的思维模式和文化心理。

5．新闻学和大众传播学呈现风格差异，新闻学研究角度相对微观，大众传播学则更为宏观

新闻学的微观务实，表现在它重在研究具体的新闻业务方面，侧重于原则下的操作运用；大众传播学则以宏观为特点，它的理论部分与经济、社会、文化联系紧密，更趋向于市场经济的整体运作，且由于重视实证研究而使得研究材料比较新鲜，是源源不断的活水。

这种质的规定性决定了这两门学科的各自特点，新闻学较为封闭，大众传播学则更为开放。

同时我们应当看到，新闻学与大众传播学并非毫不相干，这两个“血统”不同、生长“阅历”不同的学科有着许多联系，在其各自的学科框架内有着不同程度的衔接。具体表现在：

第一，新闻学始终以新闻为其逻辑生长点，而大众传播学则把信息当作其天然的研究对象，这为这两门不同背景、不同研究对象的学科的交融，打开了思路。新闻与信息属同质的、相互交叉的范畴，这种同胞式的研究内容成为新闻学和大众传播学整合的必要前提。

第二，新闻学是媒介发展的过程中兴起的，从一开始，新闻学就把有关媒介尤其是报业的结构、功能性研究置于首要位置，这与大众传播学中的以大众传播媒介为主要研究对象可谓不谋而合。大众传播媒介

的报纸、广播、电视、电影、杂志、书籍这六大块中，报纸、广播和电视这一半的内容是与新闻学研究对象重叠的。

第三，新闻学中的"读者需要"理论，与大众传播学中的受众理论有着天然的联系，只是作为媒介对象物的读者或受众，在这两门学科各自的研究框架内所处位置的不同，显示了这两门学科的不同重心。新闻学侧重以媒介为本位的读者理论，而大众传播学则把受众理论置于整个学说的核心位置。

所以说，新闻学和大众传播学就是在这种既有质的不同、又有现象联系的境况下发展各自的学说的，新闻学囊括大众传播学中的与它相关联的部分似在情理之中。也就是说，新闻学转向大众传播学已经有了相对成熟的学科背景。

李文从三个方面分析了新闻学向大众传播学转向的深层原因。

第一，媒介结构发生变化，过去以报业为主，辅以广播、电视的格局，被报纸、广播、电视齐头并进的局面代替。

第二、媒介功能发生变化。媒介对变化的世界和变化的受众需求，其功能从过去单一的宣传功能转变到提供信息、进行宣传、传播知识、提供娱乐元件的功能。媒介功能的变化，反映了媒介把视角转向了传播。

第三，媒介经营方式的变化，即媒介产业化的趋势越来越明显，媒介已从事业型转向产业型，从粗放型转向集约型，成为市场经济中重要的经济力量。

李文认为转化是必然的，是必由之路。文章最后开出了转化的良方。

首先，新闻学需要吸收大众传播学的核心内容即受众理论，把它作为学科框架内的重头戏，加以深入研究。

由于新闻学一向以宣传为本，它的读者理论是以媒介为本位，而非以受众为轴心，只强调自上而下的灌输，而没有把宣传和受众需要结合起来。这种学术框架随着社会的进步，已显露出诸多不便，不利于在新情况下的媒介发展。

实际上，受众理论也给新闻学带来一系列的变化，尤其是实践意义上的变化。第一，受众理论与媒介内容、功能、经营运作等的变化互为因果。第二，受众理论整合了新闻学中对报纸、广播、电视三大部分有关读者、听众和观众的分类研究。在新闻学中，报纸的读者、广播的听众、电视的观众是稍有涉及的研究对象，主要是作为媒介的对象而存在

的；受众理论则使这种被动的角色成为主动媒介运作的积极角色，受众甚至成为媒介发展所依据的基础，这种角色换位带来的媒介变化是有目共睹的。第三，受众调查，应成为新闻学研究中开展的一项常规业务，用来测试媒介的实际效应，进行具体分析。而这一方面，由于各方面条件的限制，新闻学没有进行深入的操作和研究。

其次，新闻学需要吸收大众传播学的效果理论。

传播效果是大众传播活动的中心，传播学中的效果理论花样繁多，美国传播学派的效果研究，侧重于个人的、短期的、直接的效果；欧洲批判学派则重视从宏观角度对传播者和传播制度的研究。效果研究中的说服性传播、"议程设置"假说"使用—满足"说、大众传播的强效果理论等对我们的新闻学有着直接的借鉴作用。比如，早期的说服性传播就直接研究宣传，在宣传目标、接受信息和宣传效果等方面进行对照分析，有利于矫正宣传和宣传目标之间的差距。"议程设置"假说则主要涉及人们的学习和注意，认为大众传播会影响受众注意力，从而左右人们的思想，控制舆论导向。"使用—满足"理论主要从受众的需要、兴趣、利用媒介的心理动机等方面进行分析，测试媒介的效果。

李文认为，在我国新闻学对有关效果理论的研究十分贫乏，然而又十分急需。因此，新闻学需要吸收大众传播学中有关媒介经营理论。大众传播学涉及到的经济内容主要包括两点：一是有关信息理论，二是有关广告理论。信息是大众传播学中的基本概念，媒介发展正是有赖信息的传播；广告是大众传播业的支撑点，受众市场、发行市场、媒介的内部管理、媒介的内容选择等都是为了吸引广告，以获得媒介生存的条件，当然新闻学在吸收这些理论时，要符合我们的国情，社会主义的媒介发展要把握社会效益和经济效益之间的关系。

第三节　《新闻大学》的一场论争

关于传播学，早在80年代就有不同的看法，1983年就有人质疑传播学，1986年也有人指出西方传播学的引进是搞"自由化"，1989年"六四"风波后，更有学者对西方传播学提出批判。可以说对引进西方传播

学的质疑和不同观点就一直存在着。喻权域先生发表在《新闻大学》(1998 秋季号和冬季号)上的长篇理论文章《对新闻学中一些基本问题的看法》引发了一场大争论,参与争论的学者有李位三、孙旭培、刘建明、张允若、姚福申等。看起来他们争论的是新闻学问题,实际上是他们对新闻学和传播学的一些基本问题的不同认识。

一、喻权域和《对新闻学中一些基本问题的看法》

喻权域先生的《对新闻学中一些基本问题的看法》(以下简称喻文)从 11 个方面约用 2 万余字论述了他对新闻学的一些基本问题的看法。在一本杂志上,用一篇文章,用这样长的文字论述新闻学的问题,是中华人民共和国成立以来少见的。喻文对当前新闻事业发展和新闻理论首先作了较高的评价,认为"新闻事业空前繁荣"、"新闻理论界也空前活跃","近 20 年来出版的新闻学著作,比过去 60 年间出版的新闻学著作的总和还多"。"但是,毋庸讳言,新闻学中的一些老争论并未真正解决,新的争论问题又冒了出来。"喻文认为,"有些争论是政治问题,即政治立场、政治方向问题;有些争论,或者说多数争论,是属于学术问题。"因此,喻文从 11 个方面作了阐述。

第一,关于"新闻"一词的涵义与新闻定义问题,实际上是讲"什么是新闻",这个问题确实够老的。喻文认为:"新闻"一词,古已有之。汉语的"新闻"是名词,有三个层次的涵义。

一是指新近发生或变动的事实。《红楼梦》里至少有七回提到"新闻"一词,如贾雨村问:"近来都中可有新闻没有?"近代常说的"新闻记者"和"记者采访新闻",这些话中的"新闻"一词,指的是新近发生或变动的事实,相当于英文的 news。

二是指新闻稿,包括口头的、文字的、音响的、图像的报道。唐朝李咸用的《春日喜逢乡人刘松》诗:"旧业久抛耕钓侣,新闻多说战争功。"现代编辑部常说:"今天收到新华社发来的 80 多条新闻","这条新闻写得好","这条新闻的五个 W 不齐全","这条新闻是虚假的"。这些话里的"新闻",是指新闻报道。

三是指报纸。宋朝赵升的《朝野类要·文书》,把政府朝报以外的小报称为新闻。他说:"……皆衷私小报,率有漏泄之禁,故隐而号之曰新闻。"此说传到日本。日本明治维新时创办报纸,把报纸称为"新闻",如《每日新闻》、《读卖新闻》、《产经新闻》等,其中的"新闻"二字即"报

纸"。清末，我国大批青年留学日本，把日本的叫法带了回来。清末民初，我国也把报纸称为"新闻"。宋教仁的《宋渔父日记》说："吾并将此文译为英、佛(法)、露(俄)、独(德)各文，送各国新闻登之。"现代中国把报道新闻的报社、通讯社、时事期刊、广播电台、电视台称为"新闻单位"、"新闻机构"，"新闻传播媒介"。作为行业称为"新闻业"，英文是Journalism。

喻文认为弄清了"新闻"一词的二层含义，"新闻"的定义就好下了。

第二新闻学是"关于新闻事业的学问"。

喻文认为我国及西方的好些国家的学术界长期不承认"新闻学"是一门学科，这是很荒唐的。喻文认为，这个问题在我国已解决，"国家正式承认'新闻学'是一门学科"。但"新闻学"不能仅仅是"新闻报道学"或"新闻采编学"，应把它定位于"新闻事业的学问"。

第三是新闻工作的基本使命。

喻文说，从80年代初以来，我国有些论者说，西方的报纸是"新闻纸"，我们党的报纸，以及新中国的报纸只是"政治宣传工具"。我问他们，知不知道新华社在50年代初就提出了"消息总汇"方针？他们不知道。

其实，欧美的报业史和中国的报业史上，都经历过"政治宣传工具"阶段。近代报纸产生于威尼斯、伦敦等工商业发达的城市，主要提供商业行情。由于报纸发行广、出版时间比较稳定，影响面大，所以，在资产阶级革命时期，各种政治力量都创办或掌握报刊，作为他们的"政治宣传工具"。法国大革命时期马拉办的《人民之友》报，就是强大的"政治宣传工具"，发挥了很大作用，同时代的商业报纸都没有它的名气大。无产阶级登上政治舞台后，也用报纸进行自己的"政治宣传"。在资本主义制度确立并稳定后，资本主义国家的报纸大都变成"商业报纸"，广告和商业新闻占二分之二的篇幅，但并未放弃其"政治宣传工具"的职能。在大选时期，各报的党派性尤其鲜明。

因此，喻文说，我认为，新闻的基本使命(或基本职能)应当是：为受众提供信息服务。即：帮助受众比较全面、比较正确地了解和认识社会，从而改造世界，改进社会，并提高自己本身的素质。喻文认为他说"比较全面、比较正确"，是因为不可能做到"十分全面，绝对正确"。我们要力争全面、正确地报道真实情况，全面反映社会和世界，从而引导人们向正确的方向前进。把新闻工作的基本使命说成是"为受众提供

信息服务”，是否不要“思想、政治宣传”，不要“正确引导舆论”了呢？不是。邓小平同志有句名言：“领导就是服务。”我看还可以引申出两句话：服务也是引导，可以通过服务来领导。宣传党和政府的方针、政策、决定、法规，既是“提供信息服务”，也是引导、领导。直接地、正面地宣传正确的思想观点和政治主张，是“提供信息服务”。许多思想、政治工作可以通过“提供信息服务”来进行。

喻文认为新闻传媒有六种功能，即传递信息、交流情况的功能，教育功能，宣传功能，舆论功能，服务功能，娱乐功能。

第四，新闻是不是商品。

喻文认为，“新闻是商品”这个论断是站不住脚的，至少是片面的。喻文说：主张“新闻是商品”的学者所说的“新闻”，实际指“新闻”一词的第二层、第三层含义，即新闻稿和报刊。喻文认为有些学者认为新闻是商品有几个概念：

(1) 凡是需要花钱才能得到的就是商品，报纸是要花钱买的，所以报纸是商品。

(2) 既然报纸是商品，而报纸是新闻纸（或者说“报纸是以新闻为主体的”），因此新闻是商品。

喻文认为这两个三段论式都不能成立。

第一，需要花钱才能得到的东西不一定都是商品。参观天安门城楼的门票是10元钱一张，天安门城楼是商品吗？上学要交学费，学校不是商品，打官司要交诉讼费，法院也并不是商品。

第二，西方国家的报纸和我国香港、台湾的报纸，售价都低于纸价。报社收入的三分之二靠广告费，报纸上三分之二的篇幅是广告。你花钱买到的报纸，其主体并不是新闻，而是广告。

第三，收到电台新闻、收看无线电视台新闻是不花钱的。能不能说新华社播出的一条新闻，登在报纸上就叫“商品”，而在电台、电视台上广播的就不是商品呢？

喻文指出，马克思那个时代的服务业不发达，马克思很少分析服务业。把马克思的《资本论》与亚当·斯密的《原富论》对照着读，可以发现一个差别。《原富论》谈商品、价值、成本，包括了律师、医生的工作在内。《资本论》里谈商品、劳动、生产、价值、价格，只谈物质产品，如小麦、布匹、黄金等等。马克思谈到的商品生产、商品流通、商品交换，是物质产品的生产、流通与交换。

第五，怎样看待建国以后的新闻出版业。

喻文指出，现在我国正在改革新闻、出版单位的经营管理体制，有的仍是事业单位，有的改为“事业单位、企业管理”，有的完全成为独立的、自负盈亏的企业。我赞成改革，赞成探索新的经营管理体制。但是我读到一些文章，对新中国成立后建立的新闻出版发行体制加以讽刺挖苦，全盘否定，我却不以为然。

喻文认为，新中国成立后建立的新闻、出版、发行的经营体制，大体上是：(1)以普及文化、教育(包括思想政治教育)为目的；(2)把报刊、图书的价格压到很低的水平，一张报纸卖四分、五分钱，一本10万字的书只卖5角钱；(3)给作者的稿酬，按当时的物价水平和生活水平算是相当高的，写一本20万字的小说所得的稿酬相当于好几年的工资，没听说过出版社向作者要钱的事；(4)把报纸、期刊的发行作为任务交给邮局，把图书发行作为任务交给新华书店系统和供销社系统；(5)新闻、出版、邮局、书店都进行经济核算，但不以追逐“最大利润”为目的，必要时(如纸张涨价)由政府财政给予补助。

所以他认为，不能简单地全盘否定建国以后形成的那套书报出版发行体制，而应当仔细分析研究，继承发扬其好的东西，改掉其弊端和过时了的那部分。这方面的改革，其出发点和落脚点应该是：繁荣文化，普及文化知识，提高全民族的文化素质。

批评者说：过去那套体制违反商品生产和商品交换规律，违反市场经济规律。喻文说，文化本来就不是商品，不是经济，当然不能完全按照商品生产和商品交换的规则办。

第六，关于党性、人民性问题。

喻文认为，新闻界有些人片面地、错误地总结过去的经验教训，说党报在“大跃进”、“文化大革命”中犯错误，是因为党的新闻工作讲党性，“毛主席和党中央犯错误，党报跟着犯错误”。他们宣传，“党是要犯错误的，人民是不犯错误的”。于是提出“人民性”这个概念，主张“人民性高于党性”，甚至主张“以人民性取代党性”。

在谈到马克思的“报刊的人民性”时，喻文认为：

马克思早年谈过“报刊的人民性”，是与“诸侯等级的辩论人”相对而言，也就是与“贵族性”相对而言的。贵族以外的人民并非铁板一块，它分为不同的阶级、阶层、行业和社会集团，还有民族、宗教信仰的差别。世界上发生的一些事，对各阶级、阶层、社会集团的利害是不同的，

看法和态度也就不同。有时差别很大，甚至完全相反。由于阶级利害不同而产生的差别和矛盾，我们称为“阶级性”。由于政治立场不同而产生的不同观点，我们称为“政治倾向性”。

现代社会，政党是阶级、阶层的组织，代表阶级、阶层的利益和意见。列宁说，党性是“站到一定社会集团的立场上”，“党性是阶级性的集中表现”。党性就是阶级性、政治倾向性、政治立场、政治观点。党性与“派性”不同。“派性”的“派”是“宗派”。宗派有多种，有的是一个党内的不同派别，有的是同一阶级内部不同的利益集团，有的是少数人聚合起来的帮派。

工人阶级、共产党人有自己的党性，各阶级、各个政党、各个社会集团都有自己的党性，只不过有些人不肯明说罢了。

喻文引经据典地说，1904 年 3 月，蔡元培在他主编的上海《警钟日报》上发表《论报战》的社论，就指出了报纸的阶级性。他说：“个人之思想，以言论表之；社会之思想，以报表之。有一种社会，各有其表之之报。社会有若干之阶级，而报之阶级随之矣。”蔡元培还说：“报战者，异性社会相战之代表也。”喻文认为，蔡元培讲的，就是我们所说的新闻事业的阶级性、政治倾向性、党性。

因此，喻文认为：“人民性、贵族性”是为谁服务的问题，“党性”是站在哪个社会集团的立场来观察和报道的问题。“党性”与“人民性”属于不同范畴，不能说谁高于谁。正如我们不能说“尺子高于秤”，也不能说“秤高于尺子”一样。

喻文认定，提出“人民性高于党性”的人，是想让共产党办的报纸不受共产党的领导。他可以假借“人民”的名义，拒绝共产党的领导，违背人民制订的宪法，反对人民选举产生的人民代表大会及其常委会的决定，肆意攻击人代会投票产生的政府。

喻文承认“党中央犯错误，党报必然犯错误”这种事确实有过，今后也难以完全避免，并不奇怪。一个人的大脑犯了错误，他的嘴巴(言)和手脚(行)很难不犯错误。但是，大脑的思维和决策为什么犯错误？往往是人的眼睛、耳朵等感官没能给大脑传送正确、全面的信息。共产党的报纸不仅是党和人民的喉舌，而且是党和人民的耳目。这是刘少奇同志 1948 年就讲过的。历史上，党中央、毛主席犯错误，原因是多方面的，其中之一是党的新闻工作人员没有全面、准确地反映情况。喻文建议，吸取历史的教训，共产党应健全党内的民主集中制，国家应健全社

会主义民主与法制。新闻工作者应遵循党的实事求是的思想路线，努力做到全面、准确地报道新闻，反映情况。

第七，社会主义新闻事业的党性。

喻文认为，我们平时讲的"党性"，是简略的说法。具体说，应当有：党性、共产党人的党性、新闻宣传的党性、社会主义新闻宣传的党性，等等。

喻文说，毛主席讲共产党人在文艺工作和新闻工作上的党性时，强调立场和政策。因此，喻文认为党性主要包含：一是立场；二是革命的精神；三是科学的思想方法。

第八，我国报纸的分类。

喻文认为，我国报纸可以从三个方面分类：

一以传播面来划分，可分为全国性报纸、地方性报纸两大类。

二以报道内容和读者对象来划分，可分为综合性报纸、行业性报纸、对象性（即有特定对象）报纸三大类。

三按报纸与党委、政府部门、群众团体的关系来划分，如"党委机关报"、"某政府部门机关报"、"工会机关报"等等，凡是共产党领导下的报纸，都可以说是"党报"。共产党员办报，应当按共产党人的党性来要求自己，在政治上与中央保持一致。

喻文指出，有些论著鼓吹"允许民办报刊"、"发展民办报刊"。我觉得有些奇怪。什么是"民"？在封建社会，"民"是与"官"相对而言的；在现代社会，"民"是与"政府"相对而言的。我国的《工人日报》、《中国妇女报》、《中国青年报》等等不是"民办报纸"吗？严格地说，《人民日报》、《北京日报》、《四川日报》等党委机关报都是"民办报纸"。我国的中央政府——国务院没有办政府机关报，各省、自治区、直辖市的政府也没有办政府机关报，只有一些政府部门办了报纸，如《公安报》、《交通报》、《消防报》等等。鼓吹"民办报纸"的人，实际上鼓吹"私人办报"。那是另一个问题。中国是否应当允许、发展"私营报刊"，需要慎重考虑。

第九，党委与党委机关报的关系。

喻文认为"党委机关报"有两重含义：(1)它是党委机关的一个部门，是党委直接领导和管理的报纸；(2)它的重要言论（特别是社论）代表党委，反映党委的看法，它是党委的（也是人民的）耳目和喉舌。

喻文认为说《人民日报》代表中共中央，反映和宣传中央的声音，是从两个意义上说的。(1)从总体上说，它反映和宣传中共中央的立场、

主张、路线、方针、政策和对重大问题的看法。之所以加上"总体上"三个字，因为不能要求它的每一条消息、每一篇文章、每一句话都代表中央。那是做不到的。(2)是它的重要言论，特别是社论，代表中共中央。所以，《人民日报》不少社论要送中央领导同志审定，或者是中央指定部门撰写、定稿，交给人民日报社发表。

喻文认为从80年代中期开始，一直有人鼓吹改变党委和党委机关报的领导、被领导关系。一种主张是：党委机关报的社长、总编辑由报社职工选举产生，或由上级党委提名，经报社职工投票通过，再由上级任命。据说这才叫"民主"。我认为这叫"不民主"。另一些人鼓吹，党委机关报的总编辑和编委由党的代表大会选举产生，使报社编委会与党委"平起平坐"，不再是领导、被领导关系，从而"避免党中央犯错误，党报跟着犯错误"。

第十，是"新闻自由"还是"出版自由"——兼论"新闻检查制度"。

喻文指出，80年代中期，胡绩伟多次鼓吹"新闻自由"，并发表《新闻法是新闻自由保护法》的文章。

1986年12月，上海发生大规模学潮，大学生的示威游行队伍举着大横幅："我们要新闻自由"。他们大学里有校报、校刊、广播，政府并没有进行事前检查，他们还要什么"新闻自由"呢？头脑发热的一些大学生拥进上海《解放日报》和《文汇报》编辑部，拿出他们写的新闻稿(赞扬他们的示威游行的新闻稿)要刊登。

喻文说，有人问：我国报刊、电台、电视台常把重要的新闻稿送请党、政府领导机关征求意见(俗称"送审")，这叫不叫"新闻检查制度"？这是新闻单位负责任的表现，这不叫"新闻检查制度"，不违反"出版自由"。

1946年，联合国文件用过 freedom of information(信息流通自由)。1948年，联合国发表《世界人权宣言》，改用"人人有主张及发表自由之权"(Everyone has the right of opinion and expression)。这段话现在通译为"意见和发表之自由"。从那以后，联合国文件，以及德国、西班牙、委内瑞拉等国新制定的宪法，不再使用"言论自由"的说法，改用了"意见和发表之自由"。港英当局1991年制定的《香港人权法案条例》，也不用"言论自由"、"出版自由"，而是用"意见和发表之自由"。

press(出版)不能涵盖广播、电视，而英、美人又习惯于用这个词，怎么办？最新(1995年)出版的《剑桥国际英语词典》把 press 的含义加

以扩大。它说,写成“The press”就包括广播和电视。它特别强调,必须加“the”才行。

第十一,对新闻事业的调控与管理。

自印刷出版业诞生之日起,各国政府和人民就感到一个矛盾:没有充分的言论自由、出版自由和新闻报道自由,社会难以进步,人类也难以进步;自由过了头,其害处也很大;怎样管理才能做到既自由又不致滥用其自由呢?

喻文认为我国宪法第51条规定:“中华人民共和国公民在行使自由和权利的时候,不得损害国家的、社会的、集体的利益和其他公民的合法的自由和权利。”我国对新闻传播事业的调控和管理是符合宪法的。他归纳为四个方面、四句话:党委政治领导,政府依法管理,行业规范协调,单位自我约束。

二、李位三对喻文提出质疑

《新闻大学》(1999年春季号)发表了李位三先生的《“服务”是商品的一种表现形式》(以下简称李文),就服务是否商品问题同喻权域进行辩论。李文以四个方面提出了自己的观点,这里重点介绍其中两点:

1. 马克思:“服务就是商品”

李文说,我读到《新闻大学》1998年秋季号喻权域同志认为“新闻报道和报纸都不是‘商品’,而是‘服务’”,对此我感到十分吃惊,因为作者不知道“服务”本身就是商品的一种表现形式;另外,我也是头一次听说,新闻传播业属于“服务业”(又被称为第三产业)这个常识,需要运用“辩证逻辑”才能发现。从喻文中我获知一个新观点:“服务”不是商品,而是介乎于商品和非商品之间的体现辩证逻辑的东西。这确实与众不同。

李文说,喻还想说明,他的发现连马克思也没有做到,因为他紧接着写道:“马克思那个时代的服务业不发达,马克思很少分析服务业。把马克思的《资本论》与亚当·斯密的《原富论》对照着看,可以发现一个差别。《原富论》……马克思谈的是……物质产品的生产、流通与交换。”根据这些话,我很难相信作者真的对照过这两部著作。

首先,斯密的著作 An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations 第一个中译本的书名是《原富》而不是《原富论》,也有译为《国富论》的,唯独没有“原富论”一说。1901年由上海南洋公学

译书院出版的严复的译本相当珍贵，而且是文言，不大可能拿它来与现在《资本论》的白话译文对照，而目前通行的是商务印书馆的译本《国民财富的性质和原因的研究》，看来作者不知道这个书名。

其次，既然作者不知道马克思论证过服务业，李文猜测他可能只读了《资本论》第一卷，第一卷也不可能全看了，可能看的是第一章"商品"（约2万字），知道了物质商品交换的几个等式以及商品的使用价值和价值、劳动的二重性等等。

李文认为马克思花费了不少精力研究了服务业。例如《资本论》第四卷第1分册就有关于服务业的论证约17万字；其他卷和各种手稿中分散的论述还有许多。

李文说，马克思谈到商品，至少涉及三种形式，最常见的是指一般的物质商品（当无特别所指时，他使用"商品"这个概念是指物质商品），其次是指劳动力这种特殊的商品，还有就是服务形式的商品。服务的特点是："产品同生产行为不能分离，如一切表演艺术家、演说家、演员、教员、医生、牧师等等的情况。"除了劳动力商品需要另行研究外，一般物质商品和服务的差别仅仅在形式上，它们具有相同的商品特征。

2. 阐发新闻作为商品的运行规则才能揭露有偿新闻

针对喻先生"能不能说新华社播出的一条新闻，登在报纸上就叫'商品'，而在电台、电视台上广播就不是商品呢？"李文说，是的，若这条新闻登在报纸上，读者购买了报纸，对于读者来说，它是商品；但若在无线广播电视台播出，对于受众来说，它不是商品。因为我国目前的无线广播电台和电视台，就它们与受众的关系而言，其节目是"公共产品"。但作者或制作者与电台或电视台之间存在商品交换关系。除了纯新闻报道，多数节目的作者或制作者还拥有版权，版权是精神产品所有权的表现，是精神产品的商品形式之一，可以买卖或出让。由于允许国有无线广播电台或电视台播出广告，于是在电台或电视台与广告客户之间也形成商品交换关系，一定比例的时间出售给广告客户。

三、张允若不同意喻文"新闻自由"之说

《新闻大学》（1999年夏季号）发表了张允若先生的《关于"新闻自由"之说——对喻权域先生〈看法〉一文的质疑》（以后称《质疑》），从四个方面谈了他的观点：

第一，关于"新闻自由"之说在中国的出现问题。《质疑》认为，喻文

是从80年代胡绩伟鼓吹"新闻自由"以及当时的学潮引出自己对新闻自由的看法的。这样写当然有其特定的用意。新闻自由之说究竟哪一年在中国出现的，现在难以考证；但是有一点倒是可以肯定的，它出现的时间远比80年代要早得多。

中国自有报刊以来，一切主张改革、要求进步、宣传革命的报刊，总是受到反动统治者的压制和迫害，它们也一直在为争取自身的自由权利而斗争。这种斗争，长时期内主要以言论、出版自由为口号，体现这种斗争成果的某些文献写的也往往是言论、出版自由的条款。例如辛亥革命之后1912年南京临时政府颁布的《中华民国临时约法》规定："人民有言论、著作、刊行及集会、结社之自由。"1945年的《国共双方会谈纪要》规定：人民应享有"身体、信仰、言论、出版、集会、结社之自由"。

新中国成立以后，中国人民成了国家的主人，人民群众的民主自由权利有了真正实现的可能。在新的社会条件下，我们的革命前辈前仆后继、历尽艰辛争取得来的人民的民主自由权利，理所当然地应该受到珍惜、得到保障。新闻自由，如同言论、出版、集会、结社等各项民主自由权利一样，理所当然地要作为革命斗争的重要成果继承下来，并且积极付诸实践。对于这一点，我想我国人民、我国新闻界的多数朋友，大概都不会反对的。试问谁会公然主张建立了新中国，就该把民主自由的口号抛到九霄云外，再也不许谈论它呢？

第二，关于新闻自由之说不通的问题。《质疑》指出，对于在实际斗争中产生并且已经在我国广泛使用了大半个世纪的新闻自由概念，喻权域先生却认为是"不通"的。"不通"的主要理由是："只有行为才有'自由、不自由'的问题"，而"'新闻'是名词，不存在'自由、不自由'的问题"。

《质疑》同意"新闻"是个多义词，使用在不同的场合或不同的词组里，会有不同的含义。但对喻文的说法提两点异议：(1)在政治学范围，自由权利既同主体的行为相关，也同行为的主体相关，因此，表达行为主体的名词＋自由，这样组成的概念是常见的。诸如"黑人自由"、"妇女自由"、"人民自由"等便是。(2)从语义学的角度看，名词有表示事物名称的，也有表示行为名称的；即使表述事物名称的名词，同"自由"二字相连也是完全可以的。例如"人身自由"、"学术自由"、"婚姻自由"等等便是。人们从来没有以"人身"、"学术"、"婚姻"等词是名词为由，认为它们"不存在自由、不自由的问题"，从而否定"人身自由"、"学术自

由”、“婚姻自由”的提法。可见喻文据以认为“新闻自由之说不通”的理由是站不住脚的。

《质疑》认为，喻文一边以“新闻是名词”为由反对新闻自由概念，一边却不断地使用种种“名词＋自由”的提法，短短几百字内充满了自相矛盾之处。喻文引用了美国宪法修正案的原文以说明“言论、出版自由的由来”，那末请问 freedom of speech, or of the press，这里的speech、the press，是不是名词？喻文引用 1946 年联合国文件中的 freedom of information，这里的 information 是不是名词？为什么翻译成中文时又悄悄地加上“流通”二字成了“信息流通自由”了呢？喻文还引用了 1948 年联合国发表的《世界人权宣言》的 everyone has the right of opinion and expression，请问这里的 opinion 和 expression 不也是名词吗？译成中文是“人人有主张及发表之权”，这不正说明用的是名词其实还是表示行为吗？

《质疑》认为，尤其令人不解的是喻文对于 the press 的解释。喻文作者应该知道，press 一词虽有出版之意，但当它作“出版”解释时并不是动词，甚至也不表示动作。你可以说 The book is in the press，但你决不可以说 The book is pressing。喻文作者还应该知道，press 一词常用于表述新闻方面的事情，因此直接译为“新闻”已是十分普遍的事，诸如 press communiqué（新闻公报）、press conference（新闻发布会）、press report（新闻报道）、press release（新闻稿）、press secretary（新闻秘书）、press censorship（新闻检查）、the International Press Institute（国际新闻学会）等等便是。

第二，关于新闻自由概念的实际含义的问题。《质疑》认为，喻文认为新闻自由说不通的另一个理由是“新闻”这个名词有三种含义。其实，关于新闻自由的实际含义，国内外新闻界早有明确界定和相当的共识，“含混不通”只是喻先生自己的感觉罢了。

《质疑》指出，早在 1948 年联合国新闻自由会议（有 51 个国家代表团参加，包括当时的中国代表团）通过的《国际新闻自由公约草案》（Draft Convention of International Freepress）中，就有这样的表述：“缔约各国为了希望其人民充分得到消息的权利得以行使，希望能由新闻及意见的自由传播而增进其人民间的互相了解起见，已决定缔结一项公约以达到这一目的。”缔约国同意“予本国人民及其他缔约国之人民在本国境内依法发表或收取各种新闻与意见之自由，不问其方式为

口头、文字、出版品、图画或其他合法运用之视觉或听觉的方法。”很显然，“新闻及意见的自由传播”，便是公约对“新闻自由”的界定。

1951年国际新闻学会(IPI)发表的文件指出，新闻自由的内涵包含：(1)采访自由(free access of news)，(2)传递自由(free transmission of news)，(3)出版自由 (free publication of newspaper)，(4)表达自由(free expression of views)。

我国解放前出版的新闻学书籍对新闻自由的概念已有明确的阐述。如1934年出版的《现代新闻学概论》就把其含义归纳为五项：(1)采访的自由，(2)传递的自由，(3)刊载的自由，(4)批评的自由，(5)发行的自由。解放以后这方面的阐述就更多，新闻出版方面的权威性辞书都有新闻自由的词条，尽管措辞不尽相同，但却并非“含混不通”之说。我国政府去年签署的《公民及政治权利国际盟约》中就明确规定：“人人有发表自由之权利；此种权利包括以语言、文字或出版物、艺术或自己选择之其他方式，不分国界，寻求、接受及传播各种消息及思想之自由。”所谓“寻求、接受及传播各种消息及思想之自由”不正是新闻自由的基本内涵吗？

第四，《质疑》对喻文的其他质疑。除了新闻自由问题之外，《质疑》认为喻文其他部分也多有概念混淆、逻辑混乱之处。

(1) 喻文有很多篇幅谈论党性，可是对党性的界定却十分含糊。文章定义式地写道：“党性就是阶级性、政治倾向性、政治立场、政治观点”，这就是把五个层次不同的概念全都等同起来了。文章对几家报纸版面处理的有趣评述，实际上正是这种概念含混的必然结果。譬如马尼拉英文报纸在报道谢军参加国际象棋比赛时，照片上只见谢军的背部，文章说这都是西方报纸“党性”的表现。可是后来谢军夺冠在望，同样的报纸又出现了谢军的正面照片，人们要问，这是否表明报纸“党性”的大转弯呢？又譬如，喻文说“对于香港传媒来说，正确的党性应当是‘爱国、爱港’”，如此说来“爱国、爱港”乃是一种不同阶级、不同政党所共有的“党性”了。香港报纸各有不同的政治背景，代表着不同的阶级阶层，如果它们在“爱国、爱港”的前提下，对某些重大问题具有不同的政治观点、不同的政治倾向，那它们是不是仍然都有同一的“党性”呢？如果它们对内地的某件灾害新闻的版面处理有所不同，有的放在头版头条，有的却放在第三、第四条位置，那末，他们的“党性”究竟是相同还是不同呢？

（2）喻文把有偿新闻泛滥的状况归咎于实事求是地指出新闻产品的商品属性的学者，这一说法，同把当今社会的腐败现象归因于实施了市场经济政策如出一辙。试问，花钱取得新闻产品或信息服务，同花钱买发稿权、刊播权是一回事吗？哪一位实事求是地研究新闻产品的商品属性的人，是主张把新闻媒介的发稿权、刊播权当作商品出卖去搞这种权钱交易的呢？

除李位三先生、张允若先生对喻文提出质疑外，姚福申先生、孙旭培先生、刘建明先生也分别发表了《就若干新闻学基本问题与喻权域先生商榷》（《新闻大学》，1998 年冬季号）、《学术争论是为了使认识更接近真理——简复喻权域先生》（《新闻大学》，1999 年秋季号）、《学术规范与新闻学研究的深化》（《新闻大学》，1999 年春季号）、《学术要求实，历史要求真》（《新闻大学》，1999 年秋季号）、《关于“新闻自由”之说一文的补正》（张允若）（《新闻大学》，1999 年秋季号），对喻文提出批评。喻权域先生也再次发表了《治学需要诚实和理性》（《新闻大学》，1999 年秋季号），就李位三、孙旭培、张允若的质疑提出了自己的看法。

这场争论虽只有半年多时间，参与争论的只有五位学者，主题只是新闻学问题，但探讨的问题却涉及到许多重大理论问题，诸如新闻自由问题、新闻的党性问题、新闻的属性问题、有偿新闻问题，可惜这场争论没有继续下去。

第十章

网络媒体研究

1995年以来,新媒体一直是我国学界所关注的。在1997年杭州大学全国传播学研讨会上和在1999年复旦大学召开的第六次全国传播学研讨会上,以新媒体,主要是网络媒体为主题的研究论文占相当大的数量,这是我国传播学研究的新视点。

第一节　网络媒体是传播学研究的新课题

从1969年加州大学、犹他大学、斯坦福大学的四台电脑第一次连成一个简单的互联网,到1993年"信息高速公路"计划的提出,互联网以一种令人难以置信的加速度扩张到世界的每一个角落。以我国为例,1995年我国的互联网用户仅为62万,1998年7月达到117.5万,1999年7月达到400万,1999年年末增加到890万。最新的统计报告(2000年7月)表明,这一数字已经剧增到1 690万。据有关人士估计,这一数字到2003年将达到5 000万。在世界范围内,互联网用户的队伍更是庞大,1996年底,全世界互联网用户已达到7 000万人,仅仅几个月之后,到1997年2月,互联网用户突破1亿户大关。到目前为止,世界上约有3亿人"在线"。

人类传播的发展史,同时也是一部传播媒介的发展史。从口语传播到文字传播、从印刷传播到电子传播,传播媒介的每一次进步,都会深刻影响着传播的深度和广度,使人类传播的面貌焕然一新。"每一次传播媒介都是制度发展、公众反应和文化内容的源泉,而制度发展、公

众反应，文化内容都应当被理解为辩证的张力的产物，即对立的力量和趋势在时间的进程中冲突和演化。”[①]而对互联网发展咄咄逼人的情势，我们不能采取鸵鸟政策，而必须在分析研究的基础上制定正确对策，适应变化。

互联网对人类社会的影响涉及到方方面面，但是最根本的影响是它对人类传统生活方式的改变，对现存的文化体系产生的巨大冲击。同时，文化的接受方式、消费方式、表现形式、传播模式都表现出许多新的特点。而在这一系列的影响中，由互联网所带来的文化变迁及社会分化又是最重要的。综合中国人的研究，《互联网与文化重构及社会分化》（戴元光、赵士林、邢虹文）一文认为，网络媒体会带来三大变化。

第一，互联网将改变传统的文化价值体系和伦理价值体系。

科学技术的作用，自工业革命以来就一直被人们所意识和强调。对科学知识的重视与否足以说明一个社会的价值系统。与黑暗的中世纪（社会停滞）不同，现代西方各国重视科学技术的实践，使得社会充满活力，不断进步。最近一个世纪以来，人类就一直设法用一种技术规律来代替自然规律，渴望依靠自身的力量征服变化莫测的大自然，无穷尽地探索知识的个体劳动者始终占着统治地位，推动着人类社会不断进步。互联网的出现不仅改变了文化的表现形式，而且改变了文化的基础，改变了人们对真理、理性、伦理等文化基本矛盾要素的认识，创造了一种全新的文化形态。这是一种以西方的形而上学、商业伦理、加上美国的技术主义、商业至上及“披头士”精神的混合体为特征的电脑文化。

从电脑业界的发展过程，我们能清楚地看到，只是在电子技术中，形而上学所一直诉求的理想主义的秩序观才得以显现出来，成为最具有自由意志特征的工具哲学的实践形态。电脑从一开始形成的基本硬件构架——中央处理器、储存器、数据总线、IQ接口、终端以及由基本的数值运算、逻辑运算演绎出来的变化无穷的软件程序体系，就是由“0”、“1”这两个数值表达并构成其总体设计的本体特征。可以说，由毕达哥拉斯开始的数本原的古代形而上学以及由牛顿起始的近代自然的形而上学在20世纪的电脑文明中得到了最辉煌、最完美的体现。文化在这里失去了以往灵动的成分，文化本身变得可以预测、可以控制、可以复制。电脑在图形多媒体领域所创造的种种奇幻世界（又叫VR，即

① 切特罗姆：《传播媒介与美国人的思想》，中国广播电视出版社，1991年。

虚拟现实），更多地使人联想到人类天性中潜藏的放浪不羁的自由精神，我们或许可以将这种精神叫做"披头士"精神。人的想象力在这种精神的激励下得以放射出来，尽管也同时产生了某些颓废的、黄色的精神垃圾，但更多时候是电脑激发我们更丰富、更奇幻的想象，这种人机互动的过程最终将影响现实世界的方方面面。在比尔·盖茨的不懈努力下，《伯尔尼公约》的附加议定书把计算机软件作为一般文学作品纳入公约的保护范围；关贸总协定乌拉圭回合谈判所达成的知识产权协议草案第十条也明文规定，计算机软件将按照《伯尔尼公约》1971年文本而享受等同于文学作品的保护。当我们每次在安装一个程序时，我们都会被提醒注意使用该套软件所要遵循的商业规则，这个规则叫《最终用户许可协议》，是软件发行商与用户订立的具有法律效率的契约文本。许多关于电脑发展历史的书籍都提到这类文本，协议的订立和信守对业界发展具有生死攸关的意义。在西方国家，用户自觉自律地遵守这类协议已成习俗。因为该协议的订立背后有严厉的法律管制体系进行监督，违反协议意味着使用成本的大幅增加，而遵守协议又能得到切实的利益。尽管我国目前盗版猖獗，这种商业伦理还没有建立起来，但是我国进入世贸组织后必然要遵守国际惯例，加强对盗版的打击力度，目前我国那些从事盗版的计算机公司也必将在以后付出代价。无论是形而上学、商业伦理还是"披头士精神"，缺少其中一项都不能构成完整意义的电脑文化。不管我们对这种现在正大举涌入的电脑文化抱何种态度，我们不得不承认，我们的传统在这里受到前所未有的冲击，并显然是处于守势。

电脑文化使技术的概念渗透到人的日常生活与工作中，同时促使新词和一种更适合网络表达的语言形式的出现。"上网"成了当下的时尚，与互联网有关的新词也数不胜数，如"电子炸弹"、"网民"、"网虫"、"网吧"等成了我们的日常用语；上网成瘾者称自己有"网瘾"，并信誓旦旦地宣称自己要"戒网"；通过互联网发出的信件被称为"电子邮件"，与此相对的传统信件则被戏为'蜗牛信件'。在网络世界中有一套约定成俗的符号，用来表达情感，它们都是由键盘上符号和字母组合而成，如用冒号和半圆括号组成笑：）和生气：（。在网络上进行信息交流之际，为了节约费用（这是目前限制我国网络发展的一个重要因素），还大量采用缩写这种形式，如IC（I see；我明白了）、BTW（By the way；顺便问一句）、CU（See you；再见）等。互联网的概念甚至进入了人们的感觉

领域,如"我超载了","我头脑的某个程序出了问题"等。

在互联网向我们展示的大地里,我们认识世界的方式越来越感性化。麦克卢汉认为,媒介的发展不仅是历史研究的一个途径,而且是书写西方文明的一个途径;与口头文化相对应的是听觉空间,与印刷媒介相对应的是视觉空间,与电子媒介相对应的是用触觉空间。触觉代表着人类所有的"感觉总体",也就是部落人长期失落的感觉总体。如果我们仔细地分析,麦克卢汉指的电子媒体其实最适合于电脑,这或许是他的理论在他有生之年被冷落,20世纪90年代又被重新重视的根本原因。假如要选本世纪最伟大的产品,许多人可能会投"视窗"的票,这个神奇的玩艺儿不知道改变了多少人的生活与工作。美国互联网技术专家兰尼甚至据此认为,"信息技术"这个名词压根儿就起错了,因为互联网它一半是技术,另一半是文化。比尔·盖茨们鬼斧神工般的创造力,把人们从黑乎乎的DOS操作下带入了一个崭新的感性空间。在电子游戏与新近兴起的光盘游戏中,我们已经可以感受到感性的巨大影响,其中以《红色警戒》(RED ALERT)、《三国演义》、《红楼梦》、《大富翁》、《帝国时代》、《星际争霸》系列等为代表。或许每个人都有一种超越现实的愿望,尤其当人们发现自己对周围的一切无能为力时,这种愿望变得更加强烈。玩电脑游戏的人的表现显得极度的非理性,玩游戏常常通宵达旦,同时对于现实中许多事都充耳不闻。事实上,他们已经把游戏当成了现实,他们的精神状态可以用"亚清醒"来表述,似乎自己就是游戏中那个指挥千军万马的君主,那个发动未来战争的指挥官,那个实现商场冒险的百万富翁。在这里,我们真的分不清,自己到底在干什么,游戏与现实的界限开始变得模糊不清。步入20世纪90年代,有两个词愈来愈频繁地出现在人们的日常生活中,预示着人类的文化构成正在悄悄地发生着意味深长的变化,这就是"虚拟现实"(Virtual Reality)和"交互式娱乐"(Interactive Entertainment)。

第二,互联网将导致强势文化霸权的进一步扩张。

文章认为,每一个新媒体的出现,都会引起人们对一种理想图景的憧憬,这是人类由来已久的"新媒体崇拜"情结,对于互联网也不例外。"一种理想化的图式是:信息高速公路进一步打破了地域、年龄、经济能力等文化消费的限制,使整个社会形成了一个统一平等的文化圈,从而使社会真正进入了文化民主化的时代。"但是,"作为一种体制,每一种由个人发明者和企业家创造的传播媒介最终都将归入更大的公司或者

军事化的系统中，新传播技术的早年历史中，由小企业和业余从事者所扮演的关键角色太容易被人忘却了。然而今天，大公司和军事系统以及随之而来的大财团投资的支持和高度组织化的科研队伍，这一切对于最新技术进一步投入实践所具有的重要作用越来越明显了。”

互联网文化作为一种新的文化形态主要不是依靠它理论的完整性，而是依靠行动，也就是依靠它在传播过程中的文化张力，依靠它在现实世界中的扩散范围来实现的。因此，互联网时代的文化重构首先表现为优势文化的扩张。目前互联网上更多地表现了美国的文化，在当前国家仍然以文化分野为主要标志的年代，在互联网上占有绝对的主导地位的国家，就会利用自己的特权来从事美化自己的文化宣传。关于这一点，我们只要看一看美国政府商务部在1995年1月31日所拟定的《全球信息基础设施合作议定书》，就可以得到明确的答案。这份议定书明确提出：高速发展的“全球信息基础设施”，将促进民主的原则，限制集权主义政权形式的蔓延；世界的人民，通过“全球信息基础设施”，将有机会获得同样的信息和同样的准则，从而使世界具有更大意义上的共同性……在这里互联网已经成为一种文化渗透，包括意识形态渗透的工具。

人们在谈论互联网的文化帝国主义现象时，经常提到的是语言问题，当代语言学家已经向我们证明，语言不仅仅是一种交流工具，语言本身也是文化的一个重要组成部分。互联网上所使用的语言中，英语处于主宰性地位，占了90%以上。不仅电脑操作和互联网操作的语言是英语，互联网上的大部分信息也是英语构成的。英语处于主导地位的根本原因在于使用互联网的主体人群是来自讲英语的国家。据统计，截至1999年2月，全世界上网的人数约为1.63亿，而在北美和欧洲的就占了1.30亿。因此，要想在互联网上自由地冲浪，英语就成了不可缺少的工具。因而，在加快互联网发展的过程中，必须伴随着美国文化的张扬和本土文化的部分丧失。从目前的发展趋势来看，非英语国家在发展网络的同时，的确存在文化殖民化的危险。正如联合国教科文组织的总干事莫博依先生指出：几家实力雄厚的跨国公司在信息网络上的称霸程度已经接近于文化侵略。为了更好地发展民族文化，我们一方面要大力发展自己国家的网络基础设施，增强我们在世界网络基础设施中所占的比例，同时要做好互联网本地化的工作，积极传播我们自己的文化。由于互联网本身的开放性，互联网为各种文化表达自

己的声音提供了可能，也使文化之间的交流和融合成为可能。文化的产生与发展，又有其自身的内在规律。这种内在规律，决定了文化的发展与经济的发展往往不成正比，因此，落后地区、少数民族地区的文化发展在遇到巨大挑战的同时，也获得一个历史性发展机遇。

第三，互联网动摇了主流文化的权威地位。

一切文化都是随着社会需要的发展而演变的，主流文化是我们传统社会的文化的核心，互联网的出现导致了文化控制力的转移，互联网所导致的新的社会需要对主流文化的统治地位形成挑战。互联网对主流文化的冲击主要体现在两个方面。首先，互联网的出现导致了文化的多元化，推动了个人主义，消解了主流文化的主导地位；其次，互联网的出现冲击了主流文化推崇的伦理价值体系。

随着工业社会的发展，随着互联网给人们营造的越来越丰富的话语权利，个人自我表现不知不觉地代替了主流文化的说教，对私人生活的干扰变得越来越不受欢迎。也就是说，公众开始享有大部分行动的自由，政府无法再找什么托词或借口来对他们横加指责、随意支配了。人们逐渐适应独立的思考，更加强调自己的权利而保持思想的独立性。对于民众的信仰、宗教和政治观念，控制将变得越来越困难。广大公众具有了更强大的力量来发表自己的声音，抵制自己不赞同的说教并维护自己的私人生活，主流文化不得不撤出这片阵地，或者与个人主义妥协，减少自己的主流色彩。互联网无所不在、无孔不入的渗透方式及无限巨大的信息量对主流文化具有“淹没效应”，互联网为人们提供了一个方便廉价的文化空间，从而极大地促进了人们的参与热情。互联网个体化特性导致文化自由主义的盛行，进而促使文化发展呈多元化的趋势。随着时空的突破、旧的文化圈被进一步打破，文化呈分散化、非群体化的特点。人是一种社会的动物，在人们的内心世界，总有一种渴望交流的冲动，而拥有媒介的话语权利是激发这种冲动的关键机制。传统媒体，由于其特殊的运行机制，为芸芸众生提供的表现机会极少，因此许多人只能将这种愿望藏在内心的深处。互联网的出现，为人们解决了这个问题。通过互联网，人们可以自由发表自己的观点，寻找知心的朋友，宣泄自己的创作热情，而不必担心被拒绝或被嘲笑。在互联网上人既可以设计自己的个人网页，也可以通过公告牌发表自己观点，还可以参加各种各样的网上俱乐部去进行交流，有时甚至可以利用互联网制造舆论。互联网所提供的这个巨大文化空间，为文化交流的进

一步发展提供了可能，促进了文化的多元化，削弱了主流文化的地位。

我国长期的儒家传统，将血缘社会的自治手段——血缘性的伦理法则上升为国家的政治法则。作为国家基础的基层社会，甚至作为社会最小细胞的家庭，都与国家具有相同的结构。这种社会结构的稳定性是以社会的封闭性及停滞为前提条件的，在此基础上建立的主流文化的传播模式是单一、单向和自上而下的，如君臣之间、父子之间、男女之间、长幼之间。互联网的兴起，一方面从地理环境上彻底改变了传统社会的封闭性，另一方面也极大地加快了社会的变化速度，使社会文化的更新换代加快。如果说我国的改革开放已经极大地加快了文化的流动性的话，伴随着互联网的发展，文化传播将越来越活跃。这种文化新空间将促使新的断层线的出现。

一般来说，伦理指人类行为语境中的价值判断。伦理价值在文化的价值体系中居于真正的核心地位，因为正是伦理价值支配行为规范并因而规定了行为模式、选择原则、评价尺度以及短期与长期的具体目标所依据的动机。主流文化存在的基本条件之一，就是保证社会的伦理价值观被绝大部分人接受并遵从，而互联网的出现，尤其是黑客的盛行，使我们失去了对与错的标准，价值伦理也处于一种比较混乱的状态。黑客伦理实际上是电脑化的操作思想转移到人的关系上，对电脑的指令及其回答的内容可计算性，这种刺激—反应模式激发了黑客的权利欲望。

在2000年3月的最后一个星期，来自世界各国的300多名黑客高手甚至不畏警方的审问和新闻封锁，来到耶路撒冷参加以色列首次举行的全球黑客大会，此次有350多位黑客出席的国际专业会议，也得以顺利举行。这是2000年2月黑客事件发生后，各国的黑客首次举行类似集会。会期和地点公布后，以色列警方曾应国会议员的要求，准备封杀这次大会，最后全赖司法部长鲁宾斯坦亲自点头，才使这群名声极差的“怪才”得以聚首圣城。从这件事不难看出，黑客对自己的行为并没有犯罪感，相反，他们往往以自己是“黑客”为荣，作为“头号被通缉的电脑歹徒”的黑客凯文·米特尼克，甚至申请了一个号码为“X HACKER”即“前黑客”的汽车牌照，以表明自己对警察的蔑视。黑客的各种破坏活动，有一些是为金钱，但是更多情况下纯粹是一种个人冲动，是为了追求一种成就感，是为了从破坏活动本身寻找乐趣。这时黑客的破坏活动与现代社会的恐怖组织的活动有些相似，他们的活动没有明

确的目标，只想给网络主流控制力量造成最大的伤害。黑客对于社会从道义上对他们的指责可能无动于衷，但是如果你从技术上战胜他，他们往往无话可说，甚至对制服他们的人佩服得五体投地。凯文·米特尼克与被称为全美第一电脑专家的村下努的较量，可以说明这一点。当时在圣迭戈市加州大学超级计算机中心工作的日本电脑专家村下努，在电脑安全和对付黑客方面尤具功力。当米特尼克得知联邦调查局请村下努协助捉拿自己的时候，就向村下努挑战，并于1994年圣诞节期间，成功侵入村下努家中的电脑，盗走他对付黑客的软件，并留言："还是我高明"。村下努盛怒之下与美国联邦调查局积极合作破案，用了一个多月的时间在网上追查米特尼克的踪迹，终于发现了他的隐藏地，被判刑68个月加3年监督居住的米特尼克不但不恨村下努，反而很佩服他，表示自己"到底还是输了"。在这里，网络伦理变成一种技术伦理，传统的主流文化所依赖的社会文化条件受到破坏，文化的控制力的一部分转到了具有反对现存体制的黑客的手中。

第二节　中国大陆网络传播研究初现端倪

比起传播学，中国人对网络媒体的研究与世界格局比较差距并不大。1993年美国开始发展信息高速公路，中国人在1995年就开始关注，又由于网络媒体在中国发展迅速，为研究互联网提供了现实的基础。现在，我国已成为世界上网络媒体发展最快的国家之一，网络研究成为传播学研究的新的主题，大批网络传播研究成果呈现在我们面前。

在1999年10月15日北京广播学院召开的面向21世纪的传播学研究国际学术讨论会上，《中国网络传播研究现状及前瞻》一文对我国的研究现状作了描述。该文章认为，在对信息高速公路和因特网的研究中，学术界所做的工作可以分为以下三个方面：

一、翻译了一批西方研究著作

国外不少代表性著作近年来以较快速度翻译成中文出版，从而在国内造成很大的影响。其中包括：

尼葛洛庞帝的《数字化生存》（胡泳等译，海南出版社，1996年12月）；

比尔·盖茨的《未来之路》（辜正坤主译，北京大学出版社，1996年1月）；

《未来时速：数字神经系统与商务思维》（蒋显、姜明译，北京大学出版社，1999年4月）；

埃瑟·戴森的《2·0版数字化时代的生活设计》（胡泳、范海燕译，海南出版社，1998年8月）；

尼尔·巴雷特的《数字化犯罪》（郝海洋译，辽宁教育出版社，1998年）；

唐·泰普斯考特的《数字化成长——网络时代的崛起》（陈晓开、袁世佩译，东北财经大学出版社，1999年3月）；

詹克·马丁的《数字化经济》（中国建材工业出版社，1999年6月）等。

学术界还与出版社合作，有选择有计划地翻译当今站在研究前沿的外国学者的代表作，形成丛书出版。如：

刘华杰主编的《计算机文化译丛》（共7本，河北大学出版社，1998年12月）；

江西教育出版社的《三思文库·赛博文化系列》（目前已出四本，1999年2月出版）；

这些译著打开了国内各界人士的眼界，促使中国人关注正在来临的信息时代、网络时代、数字时代。其中《数字化生存》一书1998年被《新周刊》第53期（《1978—1998 20年中国备忘》专辑）评为"20年来最有影响的20本书"之一。

二、中国大陆人写的首批著作面世

国内学者近两三年来，撰写了多种介绍信息高速公路和因特网的专著，如：

胡泳、范海燕合著的《网络为王》（海南出版社，1997年1月），是国内第一部全面介绍因特网的诞生、发展、现状及趋势的著作；

罗伊撰写的《无网不胜》（兵器工业出版社，1997年9月）；

郭良主编的《网络文化丛书》（中国人民大学出版社，1997年12月），由8位年轻学者执笔，共由7本著作组成，力图用中国人的视角，从文化的角度考察。

作为中国学者为网络时代立言的原创著作，陆续推出的有：

萧琛撰写的《全球网络经济》（华夏出版社，1998年9月）；

陈炎撰写的《Internet改变中国》（北京出版社，1999年1月）；

姜奇平主编的《数字论坛丛书》（海洋出版社，1999年6月）；

中国社会科学院、中国社科研究基金近年来对信息高速公路、因特网的相关选题多次立项，投入必要的人力和财力进行攻关，有的项目已经完成并正式出版，如：

1994年中国社会科学院设立重点研究课题："信息高速公路的社会影响"，副院长刘吉亲自参与，金吾伦主持，课题于1998年完成后，以专著《千年警醒：信息化与知识经济》形式正式出版（社会科学出版社）；

1995年中国社会科学院设立重点研究课题："信息传播新技术、新媒介对大众传播的影响"，交由新闻与传播研究所完成。在明安香教授的主持下，该课题于1998年结项，1998年2月以《信息高速公路与大众传播》为名正式出版（华夏出版社）。该书集中论述了人类信息传播史上第五次，即以信息高速公路为基础，以数字技术、网络技术和多媒体技术为代表的信息传播革命，对人类社会各方面将产生的重大作用和影响，尤其是对传统大众传播将产生的变革性影响。

国家社科基金新闻传播学学科1996年设立项目《多媒体技术与新闻传播》、1998年设立项目《新闻传播手段的数字化：现状透析与发展预测》、1999年设立项目《网络传播新发展及其对策（研究报告）》，体现了国家社科基金对传播科技和网络传播研究领域的重视。

以上出版的书和正在进行的项目，显示了中国学术界对当代信息革命这一前沿研究领域尽可能与国际学术界保持同步观察思考所做的努力。

三、对焦点问题的不同看法

21世纪将是一个有别于其他社会的信息社会，这已是各国的共识。美国提出NII计划及各国相继提出各自的NII计划，正是各国认识到这个大趋势所采取的战略性对策，是力争在21世纪全球竞争中占据有力地位的重大步骤。我国学者在1993年后，从不同的角度对"信息高速公路"发表了各种看法和各种意见，进行了有益的学术争鸣和探讨。最初争论的焦点问题是，中国要不要搞"信息高速公路"。有人认为，中国的基础设施落后，不具备足够的"路、车、货"（即信息传输

信道、相关软硬件设备、信息资源和内容）等基本条件，因此应该考虑中国的特殊国情，分清轻重缓急，不要盲目跟进。但主流意见是：对信息高速公路的迫切需要，是世界各国所共通的，如说我国有什么“特殊国情”的话，那只能是我们对发展信息高速公路有着更为紧迫的需求，中国面对这一新的挑战，必须全力建设自己的信息基础结构，实现国家信息化。

如何看待未来信息高速公路对传统大众传播业的冲击，是新闻传播学者们关注的焦点问题。宋光烈于1994年在《北京广播学院学报》第2期上发表了《我们将化为“泡沫”——信息高速公路将给传播业带来什么?》，文章对信息高速将给未来传播业发展的影响作了大胆预测，如现存媒介将化为乌有；专业新闻工作者将化为“泡沫”；媒介自身发展的多样化、分散化和相互融合的趋势等。此后，不少学者针对其“泡沫论”撰文与之商榷，指出现存各种传播手段与传播工作者都不会消失，而是会更多地借助信息高速公路获得新的生机和活力。时至1998年，《现代传播》接连以卷首头篇的重要位置发表苏克军撰写的《后大众传播时代的来临——信息高速公路带来的传播革命》(1998年第3期)和《信息高速公路对人类社会的冲击》(1998年第4期)两篇长文。尤其是第一篇文章提出了“后大众传播”的概念，作者指出，信息高速公路将带来全新的传播方式。文章勾勒了正在走向后大众传播的发展大势，并描绘了后大众传播的特征及其对大众传播的变革，包括媒介的融合、信息数字化、传播的双向互动性、传播权利和平等参与、传播的个人化和个性化、“受众”的消失、传播者的角色转换、信息传播的难以控制等。

1．关于网络传播对大众传播理论的影响

在大众传播理论中，拉斯韦尔提出的“五个W线性传播模式”构成了传播研究的五个方面，即传播者研究、内容研究、媒介研究、受传者研究和传播效果研究。第四媒体所具有的传播特点和功能则完全打破了传统大众传播的线性架构，因而导致传播框架需要变化。一些学者正是首先从这里切入展开了相关研究。如陈力丹撰写的《大众传播理论如何面对网络》(载《国际新闻界》1998年5、6期合刊)一文，讨论了大众传播理论面对第四媒体特有的综合传播和对话形式，如何调整研究框架和研究重点。此外对于著名传播学者麦克卢汉60年代所提出的“媒介即讯息”(The media is the message)、“传播工具之热性凉性”之说等论断也再度引起了国内新闻传播学者的关注。如屠忠俊撰写的

《网络多媒体传播——媒介进化史上新的里程碑》(载《新闻大学》1999年春季号)一文,用美国心理学家吉尔福特提出的维量模型详尽分析了麦氏理论,指出"从报刊到广播到电视,传播工具与受众的交互作用过程,既不是单纯的越来越热的过程,更不是单纯的越来越凉的过程,而是一种热性与凉性都越来越强的过程"。卜卫撰写的《因特网对大众传播的影响》(《千年警醒:信息化与经济》)指出因特网改变了职业传播者的工作方式、大众传播的特性和传-受关系之后,特别强调原本就"特别缺乏理论系统"的大众传播学面临着空前的挑战,传播学中的一些基本概念、基本命题或模式以及若干学说需要重新阐述,不仅如此,传播学还必须考虑建立新的概念、命题等来解释网络媒体的传播性质,并且需要更多地考虑传播以外的技术因素和社会因素。针对因特网可以自由选择信息和发表意见的情况,陈力丹撰写的《试析因特网上的自由与民主》(载《现代传播》,1999年第1期)发表了以下论断:传播技术获得的自由和从技术上予以控制,是一种身影关系,现在的控制方式主要是软性的对话关系和对策关系;因特网使普及了一定的虚拟自由权利,虽然并非人人行使这种权利,但机会本身给了人以自由的感觉。

2. 关于第四媒体与传统新闻传媒的关系

因特网作为新兴的第四媒体,必然会对传统的新闻传播形成冲击,进而打破一个国家内原有的传播秩序。闵大洪撰写的《"一种媒介,多种声音"与"多种媒介,一种声音"——因特网挑战中国大陆新闻传媒》(《新闻记者》1998年第7期)在分析了第四媒体的信息传播形态后,着重论述了因特网对国内新闻报道模式和言论空间所带来的冲击。刘津撰写的《权力的消解与转化——试论网络时代网上权威传媒的强势控制作用》(《新闻学探讨与争鸣》1999年夏季号)指出,由于全新的网络技术在传播领域的应用,传统媒介凭借其在传播过程中居于中心控制地位而建立的稳固信息特权正在迅速走向终结,代之而来的是昔日的弱势群体"大众"作为无数力量和权利的个体崛起,大众媒介旧有传播的强势作用逐渐归于消失。吴廷俊撰写的《互联网络成为大众传媒的社会环境》(《现代传播》1998年第2期)则指出,政府对网络管理应由控制本位转换为自由本位,新闻机构要发展网络新闻传播业,应把传播方针由传者本位转换到受众本位,只有完成了这两个转换,才有可能使中国的网络传播事业有大作为。

3. 关于新闻媒体网站的建设与经营

随着新闻媒体即报刊社、广播电台、电视台及通讯社在因特网上建立网站后，建设和经营问题随之而来，实践中产生的大量问题有待进行理论总结并反过来指导实践。在中国新闻媒体刚刚掀起上网热潮之际，一些学者首先对海外一些成功的新闻媒体网站进行了评价。如唐绪军撰写的《美国报界在因特网上的经营方式及其发展趋势》(载1997年《新闻与传播研究》第3期)总结概括了美国报界利用因特网的五种基本模式；闵大洪撰写的《对亚太地区三家日报电子版的观察思考》，对日本《朝日新闻》、新加坡《联合早报》、我国台湾《中国时报》的电子版的动作和经验作了评价(《新闻与传播研究》1997年第3期)。随着国内新闻媒体网站的发展，一批从不同角度探索网站建设和经营的论文、文章开始涌现。如邓炘炘撰写的《因特网站模式分析》(1998年《中国记者》)、王靖韬、赵壮撰写的《中国网络广告现状与前景》(1998年《中国记者》增刊)，高钢撰写的《迎接"第四媒体"时代的到来——〈华声报〉电子版实践与思考》(《新闻与传播研究》1998年第3期)、闵大洪撰写的《在理想与现实的冲突中——新闻媒体网站电子论坛刍议》(《新闻与传播研究》1998年第3期)，唐绪军撰写的《对网上中国报纸的调查分析》(1999年中国新闻媒体网络传播研讨会)等。

4. 对国外网络传播法规的评介

网络传播的兴起，促使包括我国在内的一些国家，从20世纪90年代中期起，陆续制定了有关网络传播的法规。在网络使用的过程中，涉及安全、色情、侵犯隐私、诽谤、造谣、知识产权保护等各方面的问题在各国层出不穷，现实中的法律如何应对也成为迫切需要。美国提出"信息高速公路"后，1996年最先出台了新的《电信法》。这一法规旨在打破电信业、传播业与其他产业间的壁垒。美国随即再现了一股电信业、信息业、大众传播业之间整合的浪潮。国内的新闻传播学者立刻注意到了这一具有重要意义的法规及出现的新动态，对此及时进行了研究。如郭庆光发表了《21世纪美国广播电视业新构图——〈1996年电信法〉的意义与问题》(《国际新闻界》1996年第6期)。展江通过对该法实施一年的跟踪观察，又撰写了《〈1996年通信法〉给美国带来什么?》(《国际新闻界》1997年第4期)，指出该法实施后美国传媒并未见竞争高潮，是在跨媒介、跨行业、跨国三种垄断形式下，正在求得更大的市场和利润占有率，而无视新闻界传统的社会责任。1997年8月，德国通过

了《为信息与通信服务确立基本规范的联邦法》，这是世界上第一部针对网络的专门法，在德国一般称为"多媒体法"。唐绪军在该法公布之日便从网上下载，进行了翻译、分析工作，并随即撰写了长文《破旧与立新并举，自由与义务并重——德国"多媒体法"评介》（《计算机世界》1997 年第 47 期）。

第三节　中国学者的学术贡献

网络媒体产生不过几年时间，网络媒体性质、特征、趋势和问题还没有充分表现出来，国际上对此研究都还是初步的。在网络传播研究方面，我国同国际上的差距并不大，对网络媒体的有些认识具前瞻性。

一、陈力丹和《论网络传播自由与控制》

陈力丹教授长期从事新闻传播研究，是国内有影响的著名学者，他对新媒体也着力研究，他的论文《论网络传播自由与控制》从四个方面对这一问题作了深入的讨论。

1. 关于网络传播的各种硬性控制

陈力丹教授认为，现在技术上对网络的硬性控制暂时未跟上，给人一种假象，似乎因特网是一个自由主义的乐园。这只意味着权力组织尚缺乏管理经验，但并不意味着他们没有管理能力。因特网给权力组织出了个难题，可能暂时削弱了控制力量，但从长远看，硬性的控制会以同样大的科技手段实现，技术上获得自由和从技术上予以控制，从来是身影关系。欧洲国家从技术上封锁色情和法西斯信息，可以一定程度做到，当然这种技术也可以给专制国家提供封锁不同政见的手段。现在局部的事件已经层出不穷。美国亚利桑那州一对夫妇把广告贴到了几乎所有 BBS 上，遭到信息炸弹的反击，这侵犯了当地因特网供应商的利益，于是供应商就有可能减少他们的账户。盖茨专门谈到，"软件平台公司可以完全控制住信息的显示方式。……如果每个人都跳过广告不看，广告公司便一钱不值。对此，信息高速公路将提供多种解决办法。其中一个办法就是利用软件来解决，这种软件可以让顾客把除

广告以外的所有东西"快进"过去，用正常的速度播放广告。"显然，这种技术可以强迫用户看某种信息。BBS被称为自由论坛，但是只要当权者感到对它的威胁，就可以责令本地的因特网站关闭；即使平常，一位在电脑网络公司上班的人写道："我每天的编辑任务就是查看网络论坛里几万网友的言论，是否都符合四项基本原则。"（灿若，1997年）是不是有效是另一回事，这是一种控制的努力。一位加拿大的绝症患者向各BBS发出解除安乐禁令的呼吁，而另一电脑专家因为有不同看法，使用一个程序就抹掉了他发出的全部呼吁。而这只有极少数计算机专家能够做到，它意味着另一种技术控制的存在。

因特网是全方位开放的，因此有人说，"用户可以利用多节点的联通访问，轻易地绕开把关人设置的障碍来获取信息。"这同样需要相对高一些的技术。"如果某个国家或某个地方在信息高速公路上设置障碍，那么，很多人就会被挡住。"（胡泳，1997年）

另一个明显的限制是，并非所有人都有财力和能力上网，尽管商业宣传常说"价格相当低廉，只要敲几个键就行"，实际情况远非如此。

虽然网络上的每位用户都有自由选择信息的权利，但是由于强大的信息源网站比普通个人用户具有的优势，用户的遥控选择权实际上只是一种操作权，就像孙悟空跳不出如来佛手心一样。

何止原来的大众传播媒介，各种政治、经济的权力组织都可以有效利用因特网传播自己的观点和广告，于是便有了网络上政治、商业和其他方面的大宣传。个人用户面对如此的信息攻势，他可以自由地发出自己的信息，但这种自由是不可能对等的。真正的对话是在很小的讨论小组内虚拟地实现，在个人与较大信息源之间，网络提供的自由可以使当初打不进大众媒介或"顶尖教授"的热线电话的内容全部"打"进去，对方能否看得过来，则是另一回事；而反馈的比例，其实比中彩票的机会小得多，"心灵的接近"只是神话。

2、关于网络传播的各种软性控制

由于因特网确实开阔了新闻和言论的自由空间，政治、经济的权力组织针对因特网实行的控制方式，正在从硬性控制转向以软性的对话关系、对策关系为主，如同我们说话中有语法的无形控制，但大多没有感觉到一样。

因特网本来用于军事目的，并非是要为民众创造新闻与言论自由的天地。就权力组织的愿望而言，美国未来学家托夫勒写道："任何国

家都在力保权力。无论给我们造成的损失有多大，国家都将想方设法阻止最新的通信革命达到目的，并将对信息的自由流动加以限制。"（托夫勒，1990年）。

陈力丹教授认为，网络传播与传统媒介的传播的不同点在于，用户在使用因特网得到满足的过程中，形式上是主动的，实质上又相当被动。因为他们对网络的需求在相当程度上是由科学技术专家和信息商人用未来的、虚拟的超前需求刺激出来的，这个过程循环往复，"需求——满足"的螺旋越来越大。这种控制的情形，在研究用户选择和接收信息时，需要考虑在内。既然用户根据自己的兴趣从网中"拉"出信息，那么，一方面用户在信息发出和获得方面得到了比以往更加的自由，另一方面，控制以新的更为隐蔽的方式依然存在。

在网络上，所有用户都可以自由地选择接收信息和表达观点，所有用户既是传播者也是接受者，逻辑上地位是平等的。但是上网的数千（将来会数万或更多）原来的大众媒介，作为信息源的力量和一般个体用户作为信息源的力量是无法相比的。形式上，从媒介接收信息的主题是由用户确定的，但也只能在上网媒介有限的信息（尽管比以往多了许多倍）库内进行选择，该媒介的议程设置（agenda-setting）不再以头版或头条的硬性形式出现，软性的议程设置依然存在。

自然选择信息尚遇到无形的议程设置的影响，其他相当多的用户，还会主动要求上网媒介设置议程（例如编排重要新闻），以帮助认识世界。所有这些情况，使得网上较大的信息源，有意无意地提供着他们自己的议程，这种相对无形的议程会产生何种影响，以哪些方式产生影响，效果如何，这是传播效果研究必须面对的新课题。

陈力丹教授说，假定网络上不存在任何影响他人的议程设置，每个自由表达意见的用户绝对没有主动影响他人观点的企图，也会出现另一著名传播学家论述过的"沉默的螺旋"（the spiral of silence）现象。

在传统传播理论中，有一类理论被称为"媒介系统依赖论"。一种新的媒介在社会中站稳脚跟后，便会在人与媒介之间形成一种依赖关系，这种关系具有双向性质，但相互依赖中较强的一方是媒介，它们主要从传播内容方面控制着人，"人们越是指望收到有用信息，只要他们还没有失望，他们的依赖性就越强烈。"（德弗勒，1989年）因特网可以给用户提供几乎无所不包的信息，新颖而有魅力的传播方式也时时吸引着用户，以此建立的用户与网络之间的依赖关系，比传统媒介与受众

的关系可能更为密切和牢固。

因特网信息传播的特点在于交互性，但是就每个用户对网络的关系而言，他更多地求助于网络，有了位差便有了信息的流动，于是形成用户在信息方面对网络的依赖关系，这种情形与传播理论中"依赖论"研究的现象是相近的。

陈力丹教授认为，网络不仅在信息提供方面优于传统媒介，而且还具有相当的游戏性质（广义上，娱乐游戏也是一种信息形式），双重吸引造成用户与网络的关系是不平衡的。在强大的网络面前，人变得很渺小。对于前者，原有传播学理论的"依赖论"，其中不少理论假设在充分考虑新的传播环境的条件下，还能够用于研究网络向用户提供信息时形成的关系；对于后者，这几乎是一个全新的课题，只有传播理论中的"涵化论"（cultivation analysis）可以参照，需要动用多学科的知识进行综合研究。

3. 关于虚拟化传播、用户素质与自由

网上自由对话的背景是虚拟的，这与实际生活中的自由对话有相当的距离，就如游乐园里"激流勇进"的游戏，与在真正大江河中飘流是两码事一样。除了交互性外，网络传播的个性化物征十分明显。人际传播理论中各种关于"自我披露的传播"的研究，可以归于网络传播。因为在这种情况下，"人们所传递的信息不如传递信息带来的后果那么重要"（罗洛夫，1982 年），于是用来考察网络上的人际传播，显得十分适合。

本来，新闻与言论自由，向来是衡量政治自由度的标尺，主要指的是在政治问题或其他敏感问题上能够发布新闻和发表意见的自由："今天天气哈哈哈"的闲聊自由，即使在专制制度下也没有禁止过。然而现在的网络上，有见地的意见很少，充满了闲聊。现在国内出版的网络研究文章、刊登在网络报纸上的网络典范文章，大多也只是文字通顺、没有思想的作文。

由于可以不负责任，自由发表造成一种人人感到的不自由，因为信息垃圾妨碍进行自由的判断。因特网万千的潜在通讯员提供了许多的信息，但是网上新闻组和其他论坛上更常见的是这样一幅情景："无从证实的传闻、流言、诽谤、误解、错误的信息、假情报、天花乱坠的诺言。因特网的用户有能力在几分钟内传播上万条错误信息，并在同一过程中不断增加一些虚构的情节。"（胡泳，1997 年）美国匹兹堡大学的一个

研究小组，用18个月调看了世界各地2 000多个城市的网站，发现网上专题小组中的图片有83.5%是色情的，网络上71%的性形象来自成人的电子公告牌(陆群，1997年)。用户自己也在扼杀自己的自由权利！

各种政治、经济势力企图成为网上的主流观念而统治舆论，找寻主流文化传统的人及较低素质的用户也会在网上造就一些名义上代表多数的、本来是寻求个人自由理想的精英，但他们最终将是异化的主宰。

二、闵大洪和《我国网络媒体面临的挑战与发展契机》

闵大洪是我国著名传播学者，他对我国网络传播研究提出了三方面的建议。

1. 新闻媒体网站面对空前激烈竞争

网站的建设涉及到对网络媒体传播特性的认识和规律的掌握，涉及到对网站建设和日常运作的投稿，涉及到内部各部门间信息交流和沟通的重新整合，甚至涉及到国家网络整体发展状况和信息传播整体环境。在因特网信息的汪洋大海中，网站的诞生与死亡是寻常事。因为因特网上的竞争比传统新闻媒体同业间的竞争更为激烈和残酷。

我国新闻媒体网站在网络世界中有三大竞争对手：一是全球著名的网站，包括YAHOO这类已提供中文服务，同时也提供新闻服务的网站，以及世界著名的新闻媒体网站；二是海外著名中文网站，包括著名的中文新闻媒体网站；三是国内一些大网络公司所主持的商业网站。就国内网络传播领域而言，1998年网络界的一个重大变化是"网络门户"的提出，即指因特网的用户进入的第一个站点。国内一些著名商业网站行动很快，如四通利方公司经过一系列运筹，于12月1日宣布新浪网站开通，当时每天的访问量超过40万次。同时，不少类似新浪网这样的商业网站开始做新闻，一些提供新闻服务的商业网站甚至开设了专门的时事新闻频道，如"时事新闻直通车"、"NEWSHOO"、"goyoyo新闻频道"等。尽管提供新闻服务的商业网站目前采取的是新闻集纳方式，但它所提供新闻之多、之快，已让众多新闻媒体网站望尘莫及。尤其是在国内国际突发事件发生时，这些新闻网站抢发"第一报"的意识已很明确。新浪网在连续滚动报道、广为集纳相关信息、提供多种信息形态上做得很出色。在重大突发新闻事件的报道中，不仅

国内新闻媒体正式发布消息要滞后，而且新闻媒体网站与之相比也逊色不少。这说明，我国不少新闻媒体网站由于各种原因目前在网络世界中还没有产生应有的能量和影响力。

2. 新闻媒体网站建设和经营面临的问题

尽管三年多来我国的新闻媒体在网络传播方面有着飞快的进步，但必须看到大多数新闻媒体网站目前仍处于低水平动作，影响力很小。制约因素主要有以下几点：

（1）认识不够。网络传播置于何种地位完全取决于领导的重视程度。若新闻媒体的领导层尤其是一把手对网络媒体了解不多甚至全然不知，自然无法担负起向网络时代迈进的重任。

（2）资金不足。目前媒体市场竞争激烈，很多单位需要开支和投入的项目很多，谁也不能准确预测网络媒体何时能赚钱。投入小，自然只能在低水平维持。

（3）人才缺乏。网络传播是一个全新的领域，既需要复合型的人才，也需要更专业化的人才，但是传统新闻媒体往往缺乏或根本没有这方面的人才。

（4）市场有限。我国的网络用户毕竟数量很少。没有巨大的网络用户群体，网络媒体自然很难获得所企望的经济效益，也很难进入投入产出的良性循环。

（5）法规滞后。网络传播的发展给现实中的诸多法规带来各方面的困扰和冲击，如知识产权和保护就是其中之一。1999 年 4 月 16 日，国内 23 家上网新闻媒体针对商业网站肆意盗用新闻媒体网站新闻的做法，通过了《中国新闻界网络媒体公约》，呼吁全社会重视和保护网上信息产权，坚决反对和抵制任何相关侵权行为。然而在实际动作上，不同的新闻媒体网站出于自身的情况，对这一问题的看法和做法仍不尽相同。

（6）规范尚缺。网络媒体如要健康的发展，其自身的规范是极其重要的。例如网站流量的公正统计便是其中之一。它如同报刊的发行量、广播电视的收听率收视率一样，应经过客观的稽核。这里一是要有普遍采用的网站流量统计分析软件；二是需要建立类似国外 ABC（即报刊发行量公证机构）的专门稽核组织。（选自中国社会科学院网站稿件：《社会与经济热点聚集》）

我国报刊业目前连印刷版发行量稽核机制都尚未建立，更无从谈

网络版访问量稽核。

3. 重视我国新闻媒体网络的传播作用，使其在世界网络中取得应有的地位

(1) 国家领导人对新闻媒体要积极利用网络传播作出重要指示。1999 年 2 月 26 日，江泽民总书记在全国对外宣传工作会议上的讲话中强调，信息传播业正面临着一场深刻革命，以数字压缩技术和卫星通讯技术为主要标志的信息技术的发展，互联网的应用，使信息达到范围、传播的速度与效果都有显著增大和提高。世界各国争相运用现代化信息技术加强和改进对外传播手段。我们必须适应这一趋势，加强信息传播手段的更新和改造，积极掌握和运用现代传播手段。1997 年 5 月，国务院新闻办公室下达了《利用国际互联网开展对外新闻宣传的注意事项》。文件指出：为了加强对利用国际互联网络开展对外新闻宣传的管理，保障对外新闻宣传的健康发展，国家实行积极支持、促进发展、宏观指导、归口管理的方针。1998 年 10 月，国务院新闻办公室和新闻出版署再次联合发文，对上述文件做了补充规定。从两份文件的对比中可以看到，作为对外宣传的主管部门，同时也是新闻媒体、报刊媒体上网的归口管理部门，对网络传播的特性和规律的认识也在不断深化，对一年多以前原规定不适合的部分及时作了修正。

国内新闻传播研究机构、高等院校及有关部门对第四媒体在我国的发展状况也予以高度关注，做了大量的调查研究工作。1997 年 10 月，中国报刊月报社、中国社会科学院新闻与传播研究所、央视调查咨询公司在北京联合主办了“全国电子报刊经营现状与发展趋势研讨会”；1999 年 7 月 1 日至 3 日，中国记协在杭州主办了“’99 中国新闻媒体网络传播研讨会”。这两次大型研讨会就国内新闻媒体网站总结交流了经验，提出了发展建议。

(2) 我国新闻媒体网络将进入蓬勃发展时期。近年来，我国新闻媒体在网络传播领域发挥了重要作用，引起中央领导的高度关注和重视。领导部门对于新闻媒体在网上发展亦形成了以下方针：①提高认识、积极利用；②把握导向、提高质量；③统筹规划、协调发展；④规范管理、兴利除弊；⑤加强领导、建设队伍。加上 1999 年政府部门上网的带动，网络技术及设备的成熟完善，网络领域的市场化动作，海外资金看好中国这一最大的网络市场，电信资费的下调，网民数量的迅速增加，网络市场日益规范化等等一系列有利因素，可以说为新闻媒体在网上

发展提供了良好的环境和时机。相信随着21世纪的到来,我国新闻媒体网站将进入蓬勃发展的时期,在网络世界中取得它应有的地位和影响力。

三、许榕生和《网络媒体》

许榕生先生主编的《网络媒体》(五洲传播出版社,1999年)是我国网络研究中较为系统的著作。全书分上下篇16章,47万字;内容涉及网络媒体的诞生与发展,网络新闻媒体的特点,网络媒体的分类,网络媒体对传统媒体的冲击与挑战,网络媒体对传统新闻运作方式的冲击,新老媒体的竞赛,网络广告,网络媒体对国际新闻信息传播的影响,网络媒体自身存在的问题与对策,网络媒体技术。整篇内容注重知识性和实用性,力求展现网络媒体的基本知识、主流方向和相关技术,分析现象和问题。

许榕生等认为我国网络媒体发展分为三个阶段,即:

萌芽阶段(1991—1995)。1993年,美国政府正式提出建设信息高速公路的设想,年底,我国便成立了国家经济信息化联席会议,领导中国的信息化建设。9个月后,北京和上海建立了国际节点,完成了与INTERNET的互联和与国内公用数据网(CHINADDN)的互联。1995年5月17日是世界电讯日,同一天,国家邮电部宣布CHINANET向国内社会开放,提供INTERNET服务。同年12月20日,《中国贸易报》正式发行电子版,这是我国第一家在因特网上发行电子日报,而第一家电子刊物则是国家教委投资,于1987年发行的《神州学人》。

风行与反思阶段(1996—1997)。1996年是我国因特网商业化快速发展的一年。1996年10月,邮电部的CHINANET、电子工业部的CHINAGBN、中国科学院的CSTNET、国家教委的CERNET成为最早开通的四大网络,并与INTERNET实现互联。同时,大量ISP(INTERNET SERVICES PROVIDER)的涌现成为中国网络业的一大景观。到1996年底,中国大陆的ISP已发展到80多家,仅北京一地就有31家之多。1996年底,中国大陆因特网用户达到10万。一本《数字化生存》([美]尼葛洛庞帝著)给中国人以极大震撼,许多传统新闻媒体摩拳擦掌,跃跃欲试。1996年底,30家报纸、20家刊物上网。1997年1月1日,《人民日报》正式开通《人民日报·网络版》,1997年11月7

日，新华社开通因特网网站。1997年的发展势头没有1996年迅猛，人们多少有点失望。原因是人们对因特网的认识不足，心理准备不足。

蓬勃发展阶段（1998—2000）。1998年初，我国上网计算机40多万台，用户80多万，年底，上网计算机70多万台，用户210多万。2000年底，我国网络用户已达到2 000多万。最重要的趋势是从网络报刊向网站发展。

四、吴谷平和《跨世纪媒体网站的使命》

吴谷平先生在首届上海国际互联网网络暨网站推广会上发表的题为《跨世纪媒体网站的使命》一文认为，互联网具有的开放性、多元性、实时性、交互性、大容量和易检性、多媒体化及个性化对传统媒体的影响和冲击是巨大的。但他同时认为，在相当长的一段时间里，网络媒体不会对传统媒体构成威胁。现在许多媒体都在建立自己的网站，他认为，网络媒体应有三条使命，一是媒体网站从诞生之初就承担着拓展新的发展空间的使命。二是媒体网站担负着“新阵地”、“新渠道”、“新桥梁”的使命。三是媒体网站要把促进我国的信息服务业作为己任。

关于新世纪媒体网站的建设，吴谷平先生认为，第一，网络媒体要成为大众传播媒体还需要相当一段时间，因为“新旧媒体的更替存在着‘一代人法则’，新媒体超越原有媒体至少需要经过一代人”。第二，面对我国即将加入WTO，媒体网站应加快联合步伐，迅速做大。吴谷平认为，长久以来，国内媒体网站一直处于各自投资、小打小闹、资源分散的状态，面对入世，我们要广泛联合各种优势资源，组建“信息航母”，在市场上竞争。第三，媒体网站的未来格局，就是大型媒体网站与有浓郁地方特色网站并存的多元的格局。第四，迅速形成核心竞争力，以在经济上获得可持续发展的后劲。

第四节　互联网站纷纷亮相

2000年12月中旬，在首届上海国际互联网网络暨网站推广展览会上，新华网、人民网、中国日报网、中国国际广播电台网、中国国际互

联网新闻中心五大新闻网站整体亮相,引人注目。这表明,"国家队"在行动。《新民周刊》记者叶矛在《互联网"国家队"在行动》一文中从三个方面对此进行了介绍。

一、"国家队"重拳出击

新华网、人民网、中国日报网、中国国际广播电台网、中国国际互联网新闻中心,分别依托新华社、人民日报、中国日报、中国国际广播电台和中国外文出版发行事业局。新华社全资拥有的新华网 2000 年 7 月 12 日起全面改版,实施面向国际的战略。

改版后的新华网带宽由 2 兆增加到 100 兆,同时起用新的域名 www.xinhuanet.com 及 www.xhnet.com,原有的 www.xinhua.org 继续保留。改版后的新华网将成为体现新华社信息总汇和与国家通讯社地位相称的权威网站。

2000 年 10 月,《人民日报·网络版》变成人民网后,并启用新域名 www.people.com.cn,原有的 www.peopledaily.com.cn 保留。12 月,人民网宣布推出"中国地方新闻联报网"、"人民健康网"等六大专题子站,组建集团网站。现在人民网已发展成日更新量超过 3 000 条的大型综合性网站,自有带宽从 6 兆扩至 106 兆。

11 月 24 日,中国互联网新闻中心正式挂牌。中国互联网经过改版后以崭新的面目出现,有中文(简、繁)、英文、法文、德文、日文、西班牙文、阿拉伯文、世界语等 9 个文版,成为多文种对外网站,同时与中国驻外使领馆连接。

二、"地方队"群雄竞争

在国家队重拳出击,不断推陈出新的时候,大陆各地的新闻媒体也纷纷开始组建自己的新闻网站,千龙网、东方网、南方网、北方网、浙江在线等纷纷登台亮相。

2000 年 5 月 8 日诞生的千龙网走的是强强联合之路。它由北京日报、北京人民广播电台、北京电视台等 9 家传媒联合北京许多单位发起和联办,特点是传统媒体和新媒体的结合,新闻媒体和 IT 企业的结合。

2000 年 5 月 28 日,东方网正式开通。东方网是上海市政府整合了上海资本市场和新闻资源的结果。目前平均每天更新信息 1 400 多

条，目标是通过网站商务功能的开发和信息咨询业务的开展，逐步成为大型的网上交易平台。

北方网是由天津市委宣传部牵头，天津日报社、今晚报社、天津人民广播电台、天津电视台、天津有线电视台、天津广播电视报社等单位共同组建，于2000年12月开通，每日播发新闻稿1000条左右。

此外，一批地方网站如南方日报集团组建的南方网、广州日报集团组建的大洋网，以及浙江在线、四川新闻网、河南报业网等地方网络媒体，也已与受众见面。

第五节 互联网严峻挑战我国新闻传播和主流文化

互联网络的迅猛发展，对中国大陆新闻传播和新闻媒体的冲击是空前的。中国大陆新闻传媒面临整合和调整。如果对此认识不足，或过于自信，拒绝接受新媒体和改造旧媒体，就可能失去新闻传播市场，甚至失去在国内的主流地位，而不用说参与国际市场的竞争。因此有些专家认为，由于互联网的开放性、交互性、自由性和平等性，网络传媒为中国平添了一次超西方国家的千载难逢的机会，如果我们继续走旧媒体的老路，我们的传媒市场和舆论市场将被西方媒体巨头轻而易举地占领。面对西方新旧媒体的大整合，中国的媒体将面临严峻的形势。这无疑是正确的认识。互联网给中国新闻传媒和新闻传播带来了冲击，但也给了中国大陆新闻媒体迎头赶上的机遇。

互联网一半是馅饼，一半是陷阱。互联网一方面在信息传播的速度和自由交流上称得上是空前的，另一方面也带来许多的负面效果。互联网对中国大陆的信息安全构成威胁，互联网创造的虚拟文化和色情文化对社会主流文化，对青少年身心健康危害极大。人伦、人性、理性在互联网面前失去了重量。

一、互联网严重挑战中国大陆新闻传媒

互联网作为继报纸、杂志、广播、电视之后的第四大传媒，它具有传

统三大传媒的一切表现形态和特征，同时有传统媒体不具备的特点和功能。它的交互性、它的传播速度、它的信息容量，对中国大陆的新闻传媒构成严重挑战。闵大洪教授认为，流动在互联网上的信息具有六大特点：极大丰富，形态多样，迅速及时，无远近，自由和交互。传统的新闻传媒（报纸、杂志、广播、电视）没有任何一种能够同时具备这些特点。互联网的强大功能在各国各地区的社会生活、经济生活、文化生活中，正发挥出越来越大的影响力。

中国大陆自1995年正式提供互联网接入商业服务以来，发展令人眼花缭乱，出现了一个网络建设形成规模、接入服务形成竞争、网站建设形成热潮、网络用户与日俱增的态势。

中国是世界上最大的发展中国家，正处在迈向现代化的社会大变动时期，因特网的出现及广泛使用将对其产生何种独特的作用和影响，正成为国内外信息传播研究领域中的一个新的热门课题。问题是由于中国大陆的新闻传播体制，新闻工作的性质、任务，新闻传播的政治要求，它对互联网的"卓越表现"越来越感到压力巨大。

1. 中国大陆传统的传播理念受到挑战

从传播理念来说，中国大陆新闻传播媒介是中国共产党和中国政府的喉舌，以宣传为己任，强调正面宣传和舆论导向，在思想、政治方面主张"多种媒介，一种声音"。互联网却为中国大陆用户提供了一个完全不同的信息空间和言论空间，"一种媒介，多种声音"不可避免。如果中国大陆的传播理念不作适当调整，如果不对传播体制、传播结构、运行结构、管理结构进行整合和改进，如果坚持"只说一面"，不"两面都说"，宣传效果会不佳。在信息时代，在互联网"一网打尽"的今天，"两面都说"比"只说一面"好；"一种媒介，多种声音"从历史教训、全局和发展未来看，优于"多种媒介，一种声音"。

2. 中国大陆新闻报道传统模式遇到困难

中国大陆新闻媒介在战争年代就形成了自己的新闻报道模式，如报道党和国家领导人的外事或外出活动，只有在领导活动结束后，新华社等中央传媒才能报道。政治性的突发新闻事件和重大新闻事件也只有在中央批准后才能见报。闵大洪教授认为，这种长期形成的新闻报道模式，几十年没有变化。1997年10月，国家主席江泽民访问美国，期间很多详情和细节，大陆新闻媒介都未予报道。《南方周末》上发表短文《让老百姓多一点"知情权"》中写道："江泽民主席在美国若干独具

个人特色的行动就很有意思：如10月30日他在费城专程拜访了他原读大学的97岁的老教授并赠送了中国的传统礼物，又如江主席在夏威夷海滨游泳、跳土风舞、弹吉他，在若干场合用英语发表演讲，用广东话向侨胞们问好等等。这些不但展示了中国第三代领导人的不同特色，无损领袖的形象，而且给人一种亲民感。"文章最后写道："中国主席和美国总统在高峰会谈及记者招待会中的全部讲话，美国报纸电台都是全文刊登，须知这样的做法对信息网遍布全球的今日社会已作用不大，人们从一些有线电视上，从因特网便可知道这一切。让九十年代的百姓多一点'知情权'有什么不好？"（文南，1997年）

3. 互联网冲击传统报道模式

在第一时间里快速全方位传播各种新闻，是西方现代传播媒介竞争的重要内容。互联网是了解时政新闻最主要的手段，从传播速度和交互性上打败了几乎所有媒体。现在只要打开互联网，就可以随时调阅港台及海外国外新闻、收听、收看广播电台、电视台播出的音频、视频新闻节目和其他节目。以2001年春节"法轮功"在天安门自焚事件为例，在极短的时间内，自焚事件传遍世界。中国大陆新闻传媒如不及时充分报道，就容易使社会被误导。再如每年3月的人大、政协"两会"，许多幕前幕后的新闻，虽然大陆新闻媒体没有报道，但有关信息都可以从港台及海外的新闻网站上看到，特别是备受关注的选举投票信息，在许多网站上都有详细报道。新加坡《联合早报》电子版，由于使用GB码制作网页，阅览方便，调阅速度快，被中国大陆众多网站建立链接，是中国大陆网络用户中访问最多的网页。

互联网的交互性更是中国大陆新闻传媒望尘莫及。中国大陆传媒自改革开放以来，在表达民意方面，有了很大的进步，但仍有许多不足，也是西方传媒经常攻击的内容。西方传媒也不是"客观"报道，"把关人"的权力比中国还大，但西方传媒的运作方式非常高明。"长期以来形成的机制，使'舆论一律'成为中国大陆新闻传媒最明显的特征之一。"（闵大洪）如钓鱼岛事件发生时，在大陆的新闻媒体上看不到任何民间的舆论反映；又如对"文革"的历史反思，即使在1996年"文革"发动30年之际，报章上同样见不到一篇有关文章。因特网的特性使以往在传统新闻传媒上无法实现的个人表达自由和言论自由得到空前的展现，任何人只要进入网络中便可无所不言、畅所欲言，形成了言论的"自由市场"。作为国际因特网的分支和延伸，中国大陆公民在因特网上所

享受的表达自由、言论自由对中国大陆新闻传媒的冲击是显而易见的。"有些个人网页的诉求，也还是相当吓人"。如一个名为"于哲"的个人网页，在其主页上公开宣称："我最大的愿望就是成为一名网上黑客，可以破译各种密码和软件(是不是很疯狂)，希望各方高手多多指教，使我早日梦想成真。"(于哲的家)如何应对这种"自由"，是一个十分棘手的迫在眉睫的问题。

4. 中国大陆新闻传媒面临进一步改革

中国大陆自改革开放以来，新闻传媒已经朝着民主化、法制化、市场化方面不断迈进，但今天依旧面临着必须进一步改革的社会要求。一些专家认为，这一要求主要来自于以下三个方面。

首先，今天大陆的受众已不满足于自上而下的灌输式的宣传报道。随着经济发展和社会进步，社会对"知情权"、"新闻自由"、"言论自由"等有了进一步要求，这是很正常的。"而当这种要求在国内的新闻传媒上无法、或者很难得到满足时，就会转向海外的媒体寻求信息来源，互联网正满足了这一需求。"因为现代社会的人既不能只拥有一种声音，也不能只属于一种声音。

随着全球化的大趋势，中国大陆势必以更加开放的姿态融入国际社会。1997年10月在江泽民主席访美前夕，中国签署了《经济、社会及文化权利公约》。1998年3月12日，副总理兼外交部长钱其琛在九届一次人代会的记者招待会上表示，中国将签署《公民权利和政治权利公约》，联合国和美国当即表示欢迎。联合国人权事务高级专员玛丽·鲁宾逊女士认为，这一决定表明中国政府愿意承诺履行国际人权公约的义务。(新华社，1998年)1998年4月中国新任总理朱镕基首次出访欧洲，7日在与法国总统希拉克会面后重申，中国会在短期内签署《公民权利和政治权利公约》。在这两个国际公约中，尤其是《公民权利和政治权利公约》中，对公民享有表达自由等都有明确的规定。中国随着改革开放的进程而实现国际"接轨"就意味着要接受相应的规则和惯例，承担相应的义务。1998年6月17日，国家主席江泽民在接受美国《新闻周刊》特约编辑并《华盛顿邮报》专栏作家韦茅斯的采访时，表示中国政府准备在当年秋天签署《公民权利和政治权利公约》。

其次，中国的媒体市场至今尚未开放，在经营上规定外资不能经营国内新闻媒体，亦不能合资经营，不能搞股份制。进口的外国电影数量有严格控制，进口电视剧的播出比例也有严格限制，对卫星电视的控制

亦十分严格。但是随着市场机制的运作，随着媒介自身发展规律向着产业化、集团化发展，随着加入世界贸易组织WTO进程，媒介市场的逐步开放必然会提到议事日程。实际上，国内一些专业的娱乐刊物、科普刊物已经以多种合资形式在运作，其结果对原有市场格局已形成冲击。再如香港电视早已进入广东有线电视系统，凤凰卫视开播仅两年就已在内地有相当大的覆盖和收视率。可以说，当今国际上实力雄厚的大媒介集团都看好中国这一巨大的市场，并采取咄咄逼人的态势和积极参加渗透的策略打入。

第三，中国大陆民众比以往任何时候都更容易得听到或看到国外广播电台、电视(包括卫星电视)节目。由于传播技术手段的发展，中国大陆民众比以往任何时候都更容易通过多种途径接收到海外的各类信息，互联网、国际传媒已造成"全球共此时"的状态，人们已进入完全开放的全球信息空间，以开放、改革和调控、疏导代替封闭和禁锢是新世纪应取的方针、策略。

二、互联网不完全是美味馅饼

1. 从羡慕到失望

互联网一产生就被看好，媒体以为是救星，直到1999年，美国广播公司的因特网发展战略仍是媒介行业羡慕的对象。美国广播公司投资因特网起步早，随着因特网股票价格的暴涨，公司可谓是赚了大钱。可是，到了2000年，情况就没有那么令人兴奋了，股票价格下跌89%。8月初，美国广播公司的因特网站对外宣称，网站计划裁减1/5的雇员。2000年第二季度，公司的营运收入3 100万美元，亏损1.52亿美元。广告收入增长缓慢，原本预计到2002年能够持平不亏，而现在看来，持平不亏的日子无疑是要延后了。直到现在，因特网仍被认为是21世纪媒体行业的再生之希望。因特网可以降低费用，不像别的零售产品，媒介产品可以在网络线上直接传输，因此因特网将使印刷厂和发行网络失去存在的必要。因特网可以提高收入，原本鞭长莫及的市场变得唾手可得，而数据的收集和完备又使得广告更具有价值。而且，因特网还大大降低了创业的门槛，从而会派生出一大批新兴的公司。

英国《经济学家》周刊指出，因特网辜负了人们的这些期望。一些娱乐公司有着同美国广播公司相似的经历。美国在线负责互动资源的特德·利奥西斯也宣称，到目前为止，数字砾已经证明是一个失败。作

为美国最大的因特网公司，在2000年1月并购了世界上最大的媒体和娱乐公司时代华纳。"失败"一词出自美国在线之口，人们似乎免不了要惊讶了。据利奥西斯称，美国在线并购时代华纳，主要是因为两家都是跟消费者密切相关的公司，他们可以相互交叉推销产品，而不是为了在因特网上卖时代华纳的内容。然而，从仍有数十百亿美元的钱投入到因特网的情况来看，众多的娱乐公司老总们似乎对因特网和娱乐比利奥西斯有着更高的期望和更充足的信心。那么，问题究竟在哪里呢？因特网用来向消费者传输音乐和文本可以说是绝对地好，但视频文件就不那么令人满意了，而视频产品却又占据着娱乐行业最大的产出份额。视频文件传输有问题，主要是因为窄带接入不适于传输巨大的视频文件，而宽带接入的发展又比预期的慢得多。据美国的《宽带信息》报告，至1999年底，大约只有150万美国家庭宽带接入因特网，大约占美国家庭总数的1.5%。宽带网发展缓慢的部分原因是有线网络公司对网络的更新升级太慢。即使是现在，美国也只有三分之一的有线网用户可以接入宽带网。但是，按美国《宽带信息》出版人辛西娅·米隆菲尔德的说法，这里还有一个"鸡和蛋"的问题。因为内容不多，人们并不急于接入宽带网，而没有足够的接入用户，内容又没有太大的市场。辛西娅认为，正是因为还没有形成一种良性的循环，所以才会出现这样的局面，有条件接入宽带网的有线网用户当中只有6%的人采用宽带接入，而可以电话宽带接入的用户当中更是只有不足1%的人利用宽带接入。

如何才能够让人们为内容付费是媒体行业碰到的真正棘手问题。有多家报纸如《纽约时报》的网络版和其他一些内容站点刚开始的时候都采取收费浏览的方法，但是，眼下大多数又已经放弃这种模式。他们发现，因特网上有着太多太多的免费内容，你要收费就自己削弱了自己的竞争力。当然，一天天一月月一年年，钱烧多了，站点的内容可能也会枯萎，倒闭可能会出现。但是，即使你的网站要倒闭，也照样没有人愿意付费。

媒体业的另一个收入渠道——广告，也同样令人失望。因特网上总的广告额增长非常快，但那是因为网站数量的增长速度也同样快。就单个的网站而言，许多网站的日子都极其难过。据一份报告显示，网民点击广告的比例已经从3年的1%下降到今天的0.4%，而且，现在网上广告的收费也下降了。媒体业的一些产品当然是适合在因特网上

做的，譬如说时效性强的，侧重数据的。因此，新闻也就在因特网上迅速繁荣起来。据美国华盛顿皮尤研究中心（Pew Research Center）2000年6月发表的一份报告称，有15%的美国人说他们每天都要上网看新闻，而两年前则只有6%的人每天上网看新闻，有三分之一的美国人每周一次上网看新闻，而1998年这个数字是20%。侧重数据的《华尔街日报》是唯一成功实现付费浏览的大报。而一些体育网站，因为既有很强的时效性，又很注重数据，运行得也不错。不过，对于很多只把自己定位于提供一般的网上娱乐的媒体公司而言，日子的确会是艰难的。大多数网站有短片播放。按照现在的广告收费，一本花费1 000美元（标准预算）制作的短片需要有10万次的点击量才能做到盈亏持平，可事实上很少能够做到。

一些娱乐网站已经宣布倒闭。数字娱乐网（Digital Entertainment Network）曾豪言说"要把电视赶出娱乐行业"，他们投资了6 000万美元以后，却在2000年6月向法院申请破产了。另外有一些娱乐网站则转变策略。Ifilm已经从一个展示短片的网站转向建立电影业的门户网站。Pop.com有大导演斯皮尔伯格的"梦工厂"做后盾，连比尔·盖茨的合伙人保罗·艾伦也投资了5 000万美元，原打算2000年春季推出的，可是到现在也还没有出现。

对于像迪斯尼、时代华纳、新闻集团等等大娱乐公司的在职人员来说，值得欣慰的是他们不像预料的那样会处于众多网络精英所办网站的竞争包围圈里。但不太幸运的是，他们的因特网公司大体上说跟网络新贵们相比，经营得都不是很理想。比如说，迪斯尼在ESPN.com上面取得了相对的成功，但是它购并进入Go Network却经营得不行。据估计，迪斯尼在因特网上共计花费约25亿美元。

几乎所有的媒体公司都面临着两难选择。他们或者抽身，放弃早先投入形成的优势，看着别人怎样把因特网弄成真正的新兴媒体；或者他们继续投入成千上万甚至以亿计的金钱，至少现在看来因特网还是一个很深的无底洞

2. 信息安全面临威胁

《中国证券报》（2000年11月11日）文章认为，互联网对中国大信息安全构成威胁，这些威胁表现在六个方面。

（1）信息与网络的安全防护能力差

中国早已把国民经济信息化提上政府议事日程，随着1999年"政

府上网工程"的全部启动,我国各级政府将陆续设立自己的网站,电子商务也正以前所未有的速度迅速发展。但许多应用系统却处于不设防状态,存在着极大的信息安全风险和隐患。金融领域中这一现象更为突出。在我国,高技术犯罪的案件已直线上升,金融行业计算机犯罪屡有发生,个案金额已从数十万上升到上百万。

(2) 对引进技术和设备缺乏安全检测

在信息化过程中,对发达国家或跨国公司提供的关键装备中可事先做的手脚无从检测和排除,这将造成既花费了大量资金又买来了经济运行中的隐患,买来国家不安全的严重后果。由于国外电脑硬件、软件中可能隐藏着"特洛伊木马",一旦发生重大情况,那些隐藏在电脑芯片和操作软件中的"特洛伊木马"就有可能在某种秘密指令下激活,或使民用电脑全部无法启动,或使中国政府、军事电脑网络、电信系统瘫痪,最终对中国的经济、社会和军事部门酿成灾难性的后果。

中国的银行系统、政府部门全都处在信息化和网络化进程中,却很少有人关注安全,这样就等于敞开大门让人攻击。而未来的战争绝不会是单纯使用动力攻击军事目标,很可能用信息武器直接攻击国民经济。

(3) 基础信息产业严重依赖国外

中国的信息化建设,基本上是依赖国外技术设备装备起来的,在国际财团涌向中国信息化建设的市场,大举推销电子信息设备之时,我们却在相对缺乏知识和经验的情况下,存在着花钱买淘汰技术和不成熟技术的现象,这其中就潜伏着国外势力预埋信息安全隐患的极大危险。中国的电脑软件也同样面临受人遏制和封锁的威胁。虽然中国的电脑制造业有很大的进步,但其中许多核心部件都是原始设备制造商的,我们对其的研发、生产能力很弱,关键部位完全处于受制于人的地位。我们的电脑软件还面临市场垄断和价格歧视的威胁。美国微软几乎垄断了中国电脑软件的基础和核心市场。离开了微软的操作系统,国产的大多软件都失去了操作平台。

(4) 信息安全管理机构缺乏权威

目前,国家经济信息安全管理条块分割、各行其是、相互隔离,极大地妨碍了国家有关法规的贯彻执行,难以防范境外情报机构和"黑客"的攻击。国家在信息安全问题上缺乏一个具有最高权威的统一机构。信息安全相关的管理机构与国家信息化领导机构之间还没有充分沟通

协调，缺乏一个国家级的与国家信息化进程相一致的信息安全工程规划。

(5) 信息犯罪有快速蔓延之势

根据我国安全部门掌握的情况，外国情报手段现代化的程度越来越高。他们可以在传真机、电话交换机中运用远程诊断、远程修复功能进行信息窃取。他们拥有的技术手段可以从泄露的电磁信号中提取信息。在此情况下，我国极高层次、极小范围的核心机密也有被窃的危险。另外是金融银行计算机犯罪屡有发生。我国从 1986 年发现第一件银行计算机犯罪案起，案件呈直线增长。调查表明每年计算机犯罪发案率递增 30%。

(6) 全社会的信息安全意识淡薄

许多人认为，我国信息化程度不高，更没有广泛联网，上因特网的只是极少数人，因而报刊报道的发达国家的信息安全事件，在我国不会发生，要发生也是多少年以后的事，何必大惊小怪，因而在“居危思安”心态中。另外，信息安全领域的研究开发、产业发展、人才培养、队伍建设等方面和迅速发展的形势极不适应，在国家级研究开发计划中，至今没将信息安全单列，只是作为信息的研究分支立项，投入很少，和国外差距越来越远。

3. 妇女儿童可能是最大的受害者

上网聊天、看网上娱乐节目，是我国儿童上网的主要目的。据对 14 家网吧调查(暗访)，中学生、大学生上网看黄色内容达到 73%，其中相当部分中学生在 15—18 岁之间，家长对孩子上网动机几乎不了解。《中国妇女报》(2000 年 11 月 16 日)在《警惕伸向孩子的“性骚扰”》报道中指出，现在纯净的校园，厕所的便间里贴着许多电话号码或网址：“异性热线”、“想知道异性的秘密吗？请拨×××”、“打开 www ×××. com”、“‘写真天地’等着你”(显然是黄色网站)……

向少年儿童提供“色情电话”、“黄色网址”等，对于心理尚未成熟的青少年来说，无疑是在向人们发放“毒品”，产生重大危害是不言而喻的。这些影响主要集中在对少年儿童的生理和心理方面。据《海南日报》报道：在海口市第 25 小学的门口，“海南蓬勃性保健中心”近日“隆重”开张，众多新奇而又怪异的“实物”摆在广众目睽睽之下，面对来往不息的天真孩子，店门口的有关性药、性用品的大幅广告显得尤为刺目……笔者认为，商家做生意本无可厚非，可我们想过由此而对孩子产

生的重大影响吗？对于孩子，这绝对不是什么“健康教育”或是一般的生理常识。南京市某中学第二学生张某，家中条件比较宽裕，为开拓其视野，增长其知识，父母为他购买了一台电脑，还为他注册上了网。可是从前两个月开始，家里的电话费成倍成倍地“涨”，孩子的学习成绩也由原来的班级前5名下降到了20多名，直到有一天，满腹疑虑的父母在他电脑里发现了从黄色网站上下载的众多黄色图片和黄色小说，才知道事情的真相。气急的父母将电脑丢进二手市场，可张某在当天就离家出走，并且留下字条说：“除非再买一台新电脑，要么不回家。”

向少年儿童传播不相宜的“性广告”或是直接向少年儿童提供色情电话、黄色网址，对于少年儿童的健康成长有害而无一利。我国法律的诸多条款对未成年人权益作出了保护，尤其是《未成年人保护法》的实施，更为少年儿童的成长提供了有利的社会法制保障。上述列举的诸多有害于孩子健康成长的黄毒，不仅侵犯了该法，同时还违反了《广告法》和《消费者权益保护法》等诸多法律法规，我们应该拿起法律武器，坚决抵制这些社会毒瘤对孩子的侵害。政府的各级相关部门也更应加大对印刷、网络等单位以及图书市场的严格监督和审查，做到发现问题严肃及时处理。

三、互联网文化对我国文化的影响不容乐观

网络文化是基于互联网的发展而产生的一种人文与技术结合的文化，它随着网络在全球的扩展而通行无阻。网络媒体化的倾向越来越使它成为一种媒体文化，对社会的影响越来越深，在大众社会中发挥着重要的整合、导向功能。

网络文化的整合功能表现在三个方面。首先，网络作为一个“虚拟实在”，有助于释放社会中存在的各种冲突和矛盾；其次，网络作为现实世界的延伸，存在各种规范来规范人们的行为，从而促进现实社会的整合；第三，网络文化中存在着以政府网站为主体的主流文化，有助于人们接受主流文化的影响，从而促进社会整合。但互联网络文化，在对社会稳定和发展具有积极功能的同时，还具有消极作用，也就是负功能。美国社会学家罗伯特·金·默顿认为，社会并不是总处于整合状态，非整合状态也时常存在。个人和群体也并不总是顺从社会规范，违反社会规范即失范行为也经常存在。这种非整合状态和失范行为并不是偶

然的,而是文化功能的一种体现[1]。因此文化的存在必然会产生一些负功能。

网络文化是一种异质性较强的文化形态。在互联网上,既存在主流文化,也存在大众文化;既存在雅文化,也存在着大量的俗文化是;既存在规范的主文化,也存在失范的亚文化。网络文化的负功能主要表现在负面的网络亚文化(如失范文化、俗文化等)的影响上,即对社会文化的整合的解构。

1. 网络的发展导致了基于知识的社会分化和新的贫富差距

社会分层是社会现实存在,也是社会结构的主要内容。在社会学范畴中,一般以财富、声望和权力等多维标准综合进行阶层的划分(马克斯·韦伯),但在网络时代,分层标准产生了变化,传统的三维标准的作用下降,而智能作为划分阶层的主要标准开始影响整个社会结构。

数字化革命不仅冲击了主流文化,也对人类社会生活起到了巨大的解构作用。麦克卢汉指出:"任何媒介(亦即人的任何延伸)对个人和社会产生的影响,都是由新的尺度引起的;我们的任何一种延伸(或曰任何一种新的技术)都要在我们的事务中引进一种新的尺度。"[2]在农业社会,主要"尺度"是铁制工具,它造就了农业文化的同时,也产生了基于土地占有的阶级分化(地主与农民);在工业社会,主要"尺度"是机器,它在摧毁封建制度、开创了人类的工业文明的同时,形成了以基于资本占有的两大阶级的对峙(资产阶级和无产阶级);在后工业社会,计算机网络是主要"尺度",信息化的工具造就的网络文化就成为以知识衡量社会阶层的重要标尺,工业时代形成的社会结构必然重构,形成新的阶层结构。

首先,随着比特时代的到来,信息产业所带来的巨大利润使得现有的许多经济概念不再具有意义,"正在加速运动的创造财富的金钱力量和肌肉力量的附属物发展成为这些力量的精髓,它也说明全世界争取控制知识和传播手段的斗争变得越来越激烈。"[3]依照马克思的观点,阶级的划分是以生产方式、经济关系为基础的。随着现代生产方式的发展,经济关系也将发生变化,而经济关系的变动必然引发社会各群体

---

① 参见默顿:《社会结构与失范》,载《美国社会学评论》(1938年),第3卷第676页。

② 马歇尔·麦克卢汉:《理解媒介——论人的延伸》,商务印书馆,2000年,第33页。

③ 阿尔温·托夫勒:《权力的转移》,中共中央党校出版社,1991年,第20页。

在利益划分上的分化，产生利益关系的重组，从而形成整个社会结构的变迁。

其次，新的英雄人物不再是农场主、工业家，而是能将想象性的知识与具体知识结合起来的IT业巨头（不论他是否存在于大机构之中）。他们是社会的知识精英，掌握着最先进的技术并通过他们的知识创造着财富，他们是新一代的数字富豪。如比尔·盖茨，从二十几岁创立微软，到三十几岁已经成为电脑业的巨头，目前他已经成为世界上第一个拥有1 000亿美元资产的人。相比国外的电脑精英，中国也毫不逊色。虽然网络业仍处于发展阶段，但是同样造就了一批技术精英，如张朝阳等一大批随着网络发展而成长起来的CEO，成为中国信息化的先行者。虽然信息经济为人们提供了一夜暴富的机会，出现了像比尔·盖茨、杨致远、张朝阳这样的新经济英雄，但这只是提供了一种全民致富的可能，并不能保证财富的平均分配，长此以往，必将导致贫富差距的进一步拉大，富者愈富，贫者愈贫，形成两个阶级的对立与斗争。技术精英与普通大众之间的分化是网络时代阶层分化的新的具体形态。托夫勒指出：各个高技术国家的政府所面临的一种潜在的可怕威胁来自于国民分裂成信息富有者和信息贫困者两部分。下层阶级与主流社会之间的鸿沟实际是随着新的传媒系统的普及而扩大了。随着市场经济的确立和完善，市场机制在决定人们收入的再分配过程中的作用上升，贫富差距拉大，而网络文化的发展则更加剧了贫富分化的趋势。

第三，我国长期以来，东、中、西经济社会发展程度极不均衡，与此相类似，网民群体的分布也显示出某种基于地区差异的区域分布：中国互联网信息中心（CNNIC）最新一次互联网用户调查显示，我国网络消费群体大多集中在经济发展程度较高的东部沿海区域和大城市，如北京市（占总体的21.24%）、上海市（11.21%）、广东省（12.94%）最为突出；其他东部沿海城市或省份居其次，如江苏省（5.91%）、山东省（5.19%）、浙江省（4.51%）等；网民人数最少的是中西部不发达地区，尤其是偏远省份，如甘肃省（0.57%）、贵州省（0.46%）、青海省（0.08%）、西藏（0.03%）等。

2. 网络文化中的色情、犯罪和黑客

网络空间虽然是一个虚拟的空间，但是网络文化并不是完全的虚拟文化，而是作为社会的投影，集中反映了社会中的各种矛盾和冲突。

现实社会中存在的大量失范行为,对社会的稳定造成了威胁。同样在网络空间中,也存在着一些犯罪、色情和黑客等失范亚文化,它们虽然是在虚拟空间产生的,但对现实社会的解构作用也不容小觑。

网络上存在着大量的色情内容,繁殖而成网络色情文化。据统计,在互联网的非学术信息中47%与色情有关。美国的《时代》杂志报道:"色情正泛滥成灾:在长达18个月的研究中,卡耐基—梅隆大学的研究者们在网上发现了917 410份淫秽的图片、小故事和电影片段。"①在国内也不例外,1999年1月,搜狐、深圳热线等著名网站发现有色情网址链接(并不是这些网站有意所为,而是由网络技术的特点造成的)。虽然通过网络屏蔽可以将色情内容过滤掉,但这种技术由于并不是很普及,并且网络自身特点(开放性、快捷便利、隐蔽)使得色情内容在网上大行其道。最近的一项调查表明,在30 000名大学生中,曾经光顾色情网站的占46%。说明网络色情文化对社会的影响何其恶劣。

网络文化同时也是一种商业文化,商业逻辑在网络文化的生产中也发挥着明显的作用。与大众文化的生产过程相类似,"它把一切都进行概括,甚至把放荡不羁也作为一般的特性,加以规定和标上'勇敢'的商标。关于性爱的一系列产品,自然而然地充斥社会。"②在网络中,由于虚拟的环境,使得人们从某种意义上产生了"无人在场"的责任分散心理、道德的束缚松动,从而失去了对自己行为后果的顾虑,在现实生活中受到压抑的"性"本能就在网络上宣泄出来。同时,一些公司或个人出于商业目的,制造、复制网络色情也为这种宣泄创造了条件。

作为人类本性的宣泄的网络色情,一旦沦为获取商业利益的工具,其本身就产生了异化,成为一种危害社会文化、败坏社会风气的浊流,"……利用大众对庸俗、色情以至野蛮行为的渴求心理,伤风败俗和享乐主义在文化中占了这么大的优势,就必然对社会价值观念起涣散的作用,并损伤和破坏曾经被人们笃信的信念。"③从网络色情的危害来看,对儿童青少年的危害最为严重。儿童尚处于社会化的早期阶段,判断能力和自我约束能力较差,同时好奇心强,对网络色情的过早接触

---

① [美]普拉特:《混乱的阵线——因特网上的冲突与秩序》,河北大学出版社,1998年,第196页。

② 陈学明、吴松、远东:《社会水泥——阿多诺、马尔库塞、本杰明论大众文化》,云南人民出版社,1998年,第6页。

③ 布热津斯基:《大失控与大混乱》,中国社会科学院出版社,1995年,第121页。

只能毒害他们幼小的心灵，对他们的健康成长造成伤害。包括我国在内的世界各国都制定了相应的法律法规以限制网络色情对青少年的伤害。

与现实社会中的犯罪现象一样，网络犯罪在网络文化中也是一个严重的问题。网络犯罪的主要形式有网络诈骗、偷盗行为、破坏活动、制造或传播计算机病毒、侵犯知识产权和侵犯个人隐私等。以网络诈骗为例，主要的方式有假冒其他用户的口令或访问代码以获得接近、进入计算机网络系统；或非法建立文件和记录，企图把它们作为有效的、正式生产的文件或记录；或仿照任何程序、数据和信息；或发布虚假信息；或通过改变计算机程序后向计算机系统输入非法指令来骗取钱财等。网络犯罪是利用网络技术的弱点进行的，是一种高智力犯罪，并且罪犯一般极易逃脱惩罚，这就造成了网络犯罪行为的泛滥。可以说，网络文化在发展过程中，难免会产生失范的亚文化，但这些失范行为对现实社会的正常秩序构成了威胁。

网络文化中的犯罪行为，比较多的是经济犯罪和暴力犯罪。经济犯罪主要体现在对电子商务的破坏上。电子商务是随着网络在全球扩展而发展起来的新兴的经济交易方式。但是由于网络技术的安全性不高，罪犯往往可以通过网络技术，如非法编制程序、篡改数据等方法非法获取信息和金钱，从而使电子交易的双方蒙受重大损失。暴力犯罪则是罪犯通过网上的不良信息的指导，在现实社会中实施的暴力犯罪行为，如杀人、抢劫等。这些犯罪行为不仅对网络社会的秩序构成了威胁，对现实社会的破坏更大。近年来，我国也已经出现了多起利用网络进行犯罪的案件，国际网络犯罪已经对我国的网络文化产生了影响。据搜狐1999年5月25日的消息，一个通过互联网网站欺骗投资者的全球投资诈骗活动已骗取香港人数百万港币的投资。

网络犯罪是现实社会失范文化的延伸。随着网络文化的发展，网络文化活动正成为人们生活中不可或缺的部分，因此网络犯罪对人们的现实生活影响的程度也在加深。我国目前对网络犯罪已经有了明确的规定，在《刑法修正案》中正式规定了“计算机犯罪”，这对我国的反网络犯罪的斗争无疑是一个巨大的进步。

网络黑客是“hacker”一词的汉译音，原意是指“热衷于从事计算机程序设计者”。从黑客活动的历史来看，黑客是随着计算机网络的发展而出现和形成的特殊现象。他们往往通过破译计算机系统的密码侵入

计算机系统，并且对系统信息进行盗窃、破坏和仿制等。网络黑客的存在是对网络安全和网络信息的重大威胁，同时扰乱了网络社会中的正常生活秩序，进而在社会心理、精神上造成恐慌。

中国大陆的网络黑客近年来也逐渐产生并且开始对网络产生影响。1998 年 8 月，为抗议印尼政府对华人的虐待行为，中国黑客进入印尼政府部门网站，并在主页上留下了文字，谴责印尼政府的暴行。1999 年 5 月，当中国驻南斯拉夫大使馆被北约轰炸以后，也有大批中国黑客攻击北约网站。相当多的黑客行为是对网络的恶意攻击。如，1998 年 7 月，江西“169”公众多媒体信息网遭受江苏镇江一黑客攻击，用户密码信息被删除，网络被迫停用两天。在网民中较有影响、国内较早提供免费空间搁放个人主页的网易公司，在今年早些时候也曾被黑客攻击。据公安部有关负责人介绍，近几年来，我国利用计算机网络进行的各类违法行为正以每年 30%的速度递增，仅 1999 年全国就破获电脑黑客案数百起，而这只占被发现的黑客攻击案总数的 30%。此外，国际黑客也频频“光顾”我国网络。随着计算机和网络的普及，国内黑客的病毒制造和网络攻击能力已经“赶超”世界水平。2000 年 4 月 26 日在全球大规模爆发，造成巨大损失，至今令人谈之色变的 CIH 恶性病毒，就是中国台湾的大学生陈盈豪的“杰作”。

我国的互联网事业正处于发展初期，无论在技术上还是在组织上都不很完善，这就为网络黑客进行破坏提供了可能。网络黑客的大部分行为都是一种破坏性行为，这就对我国网络的正常建设和发展造成了影响。

网络负文化的存在，在某种程度上是对网络安全的潜在威胁。当然，网络作为一个开放的、自由的空间，允许人们自由交流，但由于网络上并不存在明确的规范，并且由于网络的虚拟环境，这些犯罪行为往往不能被准确、及时地发现，这也就是网络负文化存在的根源。

3. 网络文化促使社会异质性增强、群体分裂、人际关系淡漠

与现实社会的社会规范一样，网络空间也存在着规范，用来规范网络社会中人们的各种活动，也就是网络文化规范。网络文化规范与现实生活世界中的文化规范形态有共同之处，也就是网络文化规范是现实社会规范的延伸。但二者相比最明显的差异和区别在于：一般来说，现实的生活世界中的文化规范具有一种功能上的制度化和强制性，也就是说现实的文化规范具有一种超越个人和群体之上的外在性，而经

由人的网络行动所建构出来的网络文化规范，"则在很大程度上由于其产生的时间短暂性及其所依附的网络空间的虚拟性、全球性，其表现形式的多样性和异质化及其对人们网络行为的规范功能的弱化和快速变动性质等方面因素的限制，还不能上升到一种制度化、理想化、内在性和强制性的程度，从而在很大程度上导致人们的网络行动不能进入到一种可以预期的秩序化的轨道。"①网络文化规范由于网络的特性而产生了相对于现实社会规范的弱化倾向，这就使得网络空间内的秩序和人们的行为难以规范。

信息时代，由于文化规范的弱化，在一定程度上导致人们在网络行动中表现出众多的失范性行为。较为典型的就是"网络瘾君子"。这一类型的"网民，行为缺乏理性的控制，完全受幻觉的摆布"②。他们沉溺于网络而不能自拔，由此对网络产生了心理上的依赖，正如吸毒上瘾一样，对网络的过分痴迷影响了他们的正常的生活，并对他们的心理产生了伤害。美国心理学协会公布的一份研究报告表明，全球约有6%的互联网用户属于网络症候征。调查结果显示，使用互联网的冲动情绪是一种真正的心理紊乱。支持调查的康奈尔大学心理学家格林菲尔德说，这种症状导致婚姻破裂、少年犯罪和挥霍无度的案例越来越多。他认为互联网之所以能让这么多人上瘾，是因为它能让使用者产生亲密感，无时空感和无压抑感。但事实真是这样的吗？在美国有专门为互联网上瘾的君子们开设的医院，有一位治愈后的患者曾说道："当我迷恋网络时，我感到是那样的孤独，没有人会相信，直到我付出了失去工作和家庭无比沉重的代价后，我才意识到，迷恋网络对我造成的影响，我才着手改变自己，使自己对生活充满希望。"网络文化是一种新的技术文化，使得个性极端突出，这就使得传统束缚下的人们获得了空前的自由，但在人们欢呼过后，迅速地走到了事物的反面，沉溺于其中而不知往返造成了人性的异化，日益被外在的"物"所主导，失去了自我。网络的空前扩展为人们开辟了一个空前广阔的世界，人们可以自由地在网上冲浪，从而消除了现实社会中的压抑感，但网络本身就对人产生了一种压抑感，将人们局限在网络之中，却忽略了现实社会更加丰富多彩的世界。

① 冯鹏志：《深延的世界——网络化及其限制》，北京出版社，1999年。

② 《IAD——互联网成瘾综合征》，《中国新闻周刊》，2000年3月25日C版。

由于互联网的匿名性，上网交流的人越来越多，但网络的高度个人化，实际上使人们的行为更孤立，在精神情感方面越来越空虚，虽然从理论上说，网络使一个人的沟通对象遍及全世界，好像人和人之间更亲密了，但事实上，人们面对面的交流却越来越少。面对面的互动是网上互动所无法替代的。因为网上的沟通是通过机器实现人和人之间的交流，而非人与人之间没有中介的直接沟通。面对面的直接沟通中，情感的沟通，一个手势、一个表情都包含着极丰富的特殊的意义。这种意义是人的一种基本需求。网上沟通恰恰就缺乏这种情感的交流。虽然在网上谈情说爱的大有人在，但那与其说在跟别人谈，不如说是在和自己谈，是在倾诉自己，宣泄自己。如果长此以往，人们会变得更加冷漠而缺乏人性，在现实社会中行为就越来越趋向于理性，从而导致整个社会的高度理性化，而在极端理性的社会中，人类的生存往往会受到威胁。

网络是一个虚拟的空间，人们通过网络建立的关系实际上是一种虚拟的人际关系，不具有实际意义。人是处于社会现实中的人，是“社会”人，除了生理需要以外，更多的是社会需要。马斯洛认为，人的需要分为五个层次，最低层次为生理需要，其次是安全需要，这两项是人的基本需要，然后是归属和爱的需要、自尊需要和自我实现的需要。人们之所以交往，结成团体，就是为了满足归属的需要。迪尔凯姆在《社会分工论》中讲述的“社会有机团结”就是指传统的“机械团结”同质化的现象被社会分工造成的异质化所取代。但由于每个人在消费上依赖于其他人，分工使社会像有机体一样，每个成员都为社会整体服务，同时又不能脱离整体，这就为人们的社会认同创造了外部条件，促使人们与群体认同，获得归属感。但在网络交往中，虽然也存在由于共同兴趣而组成的网络共同体，但是这种共同体对成员来讲并没有很强的归属感和约束感，成员的认同意识不强。缺乏归属感就会导致人们产生孤独感，极端的甚至会引发反常行为，危害社会。现代科技的进步，使得人际关系趋于淡漠，网络的出现将这一趋势发挥到极点。人们缺乏感情的交流，得不到认同，由此必然引发严重的心理疾患，上文所述的网络瘾君子就是这一状况的极端反映。

在注重个性的西方社会，个人的隐私权是一项重要的人身权利，时下在中国是一个很时髦、很热门的话题。隐私权的存在是对相对于社会的公共空间的私人空间的保护，但在集体本位的中国社会，家国一体的社会结构使得个人往往从属于“家”，而丧失自己的个性。个人的私

人空间被社会的公共空间所覆盖，因此在中国数千年的历史中，中国并没有对个人隐私权的保护，而更多的是对个人私人空间的侵犯。在这种社会状况下，社会的同质性极强，大家都是集体的成员，一荣俱荣，一损俱损，缺乏个人意识。在当代中国，随着社会转型的加剧，社会加速分化，集体主义价值观衰微，人的个性日益突出，隐私保护意识越来越浓，从而走向了另一个极端，对私人空间的过度保护，使得人们的情感难以在社会行为中表达出来，情感交流减少。但人的感情需要一个释放的场所，以缓解内心的压力。网络凭借其匿名性成为大众的情人，于是人们在网络上什么都说，百无禁忌，但在现实生活中却越来越不愿意与周围熟悉的人交流。个性在网络时代的极端突出使得社会异质性在网络时代进一步加强，由此造成的许多突发事件更加难以预测。可以说，网络是继社会分工之后，使现实社会单纯从劳动上分化进入到从精神情感上分离对抗的时代。

1. 文化霸权主义——美国标准的"全球化"

网络文化是全球性的文化，因此，在网络上的文化传播是跨越国界的，传统地域和国界的限制已经不能阻隔各民族、国家文化之间的交流。"文化的交流为创造平等、民主的文化形态创造了前提，在互联网上，信息高速公路进一步打破了地域、年龄、经济能力等对文化消费的限制，使整个社会形成了一个统一平等的文化圈，从而使社会真正进入了文化民主化的时代。"[1]诚然，各民族文化在相互交流、增进了解的同时，也面临着强势文化通过网络文化对其他文化进行的"侵略"，也就是所谓的"文化霸权主义"。因此，全球化在发展过程中极易沦为一国的全球化，也就是全球文化的一元化。

互联网起源于美国，因此在发展过程中深刻地打上了美国文化的烙印。随着网络在世界范围内逐渐普及以后，美国的文化、价值观通过网络文化对外传播，形成了对其他文化的威胁。在网络传输的信息中，单属美国的文化就占据了绝大部分。互联网上的通用语言是标准的英语，通过网络传输的信息有98%是英文信息，软件是用英文编写的，网址亦用英语注册[2]。任何人要上网，首先就要学会使用英语，在潜移默化之间，人们已经不知不觉地接受了美国的价值观念和意识形态。这

---

① 陈刚：《大众文化与当代乌托邦》，作家出版社，1996年，第152页。

② 李河：《得乐园·失乐园》，中国人民大学出版社，1997年，第34页。

就为美国通过互联网推行其霸权主义提供了可能。

自从工业革命以来，西方资本主义国家就通过扩张向外传播自己的意识形态和价值观。西方中心主义在相当长的时间内一直是世界文化的"主流"。在殖民时代，资本主义侵略者通过商品和武器征服弱小民族，向他们强行灌输西方的文化、价值观、意识形态，"资产阶级，由于一切生产工具的迅速改进，由于交通的极其便利，把一切民族甚至最野蛮的民族都卷到文明中来了。……它迫使它们在自己那里推行所谓的文明，即变成资产者。一句话，它按照自己的面貌为自己创造出一个世界。"[1]西方资本主义在全球范围内推行自己的文化，使得一些民族的文化湮灭，造成了世界文化的单一化趋势。当然，这种文化的扩张在早期要受到国家、地域的限制，并且由于交通工具和通讯手段的落后，西方文化的扩展要受到诸多限制。

网络在全球的扩展，为西方文明主要是以美国为代表的文化形态的传播创造了必要的条件。通过在网络文化中的主导地位，它们在世界范围内畅行无阻，宣扬自己的意识形态和文化风格，排斥与它不同的异质文化，并且对异质文化的接受者不断施加影响，从而迫使他们放弃自己的文化信仰，接受西方文化理念。针对这一文化现象，葛兰西提出了著名的"文化霸权"理论。著名美国政治学者亨廷顿认为，在 21 世纪，发生冲突的原因将不主要是意识形态因素或经济因素。人类的最大分歧和冲突的主导因素将是文化方面的差异。而西方发达国家在这项斗争中又处于优势地位。

另一方面，弱小民族或者国家由于缺乏与西方文化相对抗的能力，在网络上无法保证自己的存在，因此，也就难以抵御西方文化的冲击。美国为主的文化霸权主义的目标在于将全球文化整合成为一体，而不顾全球文明中存在的特殊性，其对各民族国家的文化渗透逐渐演变成为一种文化侵略。网络文化的交流是不平等的，西方发达国家由于具有雄厚的经济实力和发达的文化，在文化传播方面要超过弱小国家。因此网络文化的一体化就是要由西方文化尤其是美国文化成为全球文化的过程。

美国文化以其强大的渗透力而在世界范围内畅行无阻，网络为其提供了必要的工具。首先，美国向外宣扬的是一种美国的特有文化价值观的文化理念，这种文化理念的实质就是"美国中心主义"，各种文化

---

[1] 马克思、恩格斯：《马克思恩格斯选集》第一卷，人民出版社，1995 年版，第 276 页。

都以美国化为时髦，而美国成为人们心目中自由、民主和人权的象征。"美国中心主义"的价值观，归根结底是其宗教信念和民族优越感，是美国政治、经济、军事地位在文化心理上的表现。正如他们对自己文化的优越感——"美国文化是全世界文化的混合体。它自觉融合了许多其他文化，成为一种允许个人及文化自由、繁荣发展的媒体。……在世界历史的所有国家中，美国是最公平、最具有包容性、最经得起考验并充分证明自身的、它是未来社会最理想的模式"①。正是由于这种心态，美国往往强迫其他国家接受自己的文化，成为自己的文化附庸，网络文化的特性使美国的文化风格的宣扬，对异质文化的贬斥在全球畅通无阻。

其次，美国利用各种媒体向全球推行的是一种以消费主义为中心的文化。消费主义是一种意识形态，对于人们的生活方式和消费行为具有模式化的塑造作用。其本质在于将消费作为一种象征手段，而不是人们的真正需求。美国文化的经济目的也就在于将美国式的消费模式强加于各国人民。好莱坞电影和可口可乐、麦当劳餐厅在世界各地的横冲直撞，将美国的消费主义文化扩展到全球。在网络上，电子商务就成为宣扬这种文化生活方式的重要工具。通过电子商务，美国的消费文化更为便捷地发挥消费示范作用，将人们导入其文化形态，令人在不知不觉中接受美国的文化理念。

第三，通过网络文化，美国对世界各国的意识形态渗透更是达到了新的高峰。长期以来，美国致力于在全球进行军事扩张的同时，通过大众传媒进行意识形态渗透，以促使其对象发生"和平演变"。互联网上的意识形态斗争是全球性的斗争，而我国对其虽有明确认识，但经济投入少，对网络文化中的意识形态渗透控制还不是很严密，因此，一些西方国家，尤其是美国利用网络文化中的主导地位，对我国进行渗透。在网络文化中，存在着基于政治意识形态的斗争，而美国在其中无疑起着重要的作用。

西方资本主义的"文化霸权主义"的扩展，对我国的传统文化来讲，是极为严重的威胁，并且对于我国的社会稳定和社会发展也构成了相当的威胁。因此在网络文化的负功能中，对我国发展的负面影响必须加以认真对待。

① 罗斯科普夫：《是对文化帝国主义的赞美吗？》，《现代外国哲学社会科学文摘》，1999年第1期。

第十一章

21世纪中国传播学研究

中国传播学经过20世纪的风风雨雨,满身残甲,当我们用历史的眼光审视中国传播学研究所走过的艰难历程的时候便会发现,中国传播事业飞速发展为理论研究提供了广阔的研究空间和深厚的研究土壤。中国传播界的莘莘学子正在做中国从来没有过的传播学研究事业,但前进的路上沟壑纵横。

第一节　20世纪的问题遗产

20世纪是人类科技发展最快的世纪,也是人类遭受劫难最严重的世纪。在传播技术方面,人类文明史可以追溯到数万年前——人类的口头传播起于5万年前,人类的文字传播起于2000年前,电子传播起于100多年前,电视起于60多年前,网络传播起于6年前;仅20世纪,就发明了电视、计算机、通信卫星、信息高速公路,人类走进了地球村。但同人类的其他发明一样,人类的科学发明并没有完全用来造福于人类,人类用于战争的钱是投入和平事业的几百倍。科技的发明开拓了广阔的社会空间,而人类自己能生活的环境却越来越小,人类正在剥夺动植物的生存权。在人文科学上,人类对金钱与物质的追求使人类价值关怀逐步丧失。人类正面临生存与发展的十字路口。

信息传播作为人类最古老的行为,在现代已是令人眼花缭乱,但一方面,人类的传播手段在迅速发展,另一方面,人类在为追求传播的权利而苦恼,有时甚至是在支付生命。人类在传播技术上的发展,日不暇

接，人类在争取传播权方面已经取得空前的成功，但并没有令人满意，人类的传播权的真正获得还有很长的路，人类仍在为寻求表达真理的权力费尽心思，艰难跋涉。这不仅是20世纪的人类的问题，也将是人类21世纪最具争议的问题。此外，20世纪还留下许多的不足和遗憾，中国新闻学与传播学许多知名学者如童兵、陈力丹、刘建明、张国良、邵培仁等都作过许多的理论梳理，他们无不对未来充满价值关怀。

一、媒介技术的发展与媒介产业被兼并

20世纪伊始，世界上最早出现的两个报团开始被世人注目，这就是英国的北岩报团和美国的斯克利普斯报团。其实，那时的报团，不过只拥有一二家较大的报纸和十几家小报刊，其中大部分还是地方性的，规模并不大。在这两个国家的企业集团中，报团尚排不上号。然而，正是以此为起点，百年内世界新闻事业的集中化速度和规模，令人瞠目结舌。

随着广播电视的发明和普及，发达国家出现了广播电视集团，较著名的如英国的BBC，美国的NBC、CBS、ABC，日本的NHK，澳大利亚的ABC，加拿大的CBC等等。但是这些广电集团独立存在的时间并不长。

20世纪60年代，加拿大的报业主汤姆森进军英国、美国，购买了数十家报刊；70年代，澳大利亚的报业主默多克也进军英国、美国，基本上替代了汤姆森报团的地位，买下了数百家报刊和广播影视公司，形成巨大的跨国"新闻集团"。然而，默多克的新闻集团从90年代起就面临着另一个新起的跨国新闻业集团的挑战，这就是起家于加拿大的康德拉·布莱克所掌管的集团。他从加拿大"打"到美国，买下几百家报刊，同时又在英国、以色列买下主要报纸，最后"打"到默先生的老家澳大利亚，买下了澳国最大的报纸《悉尼先驱晨报》。竞争仍在继续，鹿死谁手，要到本世纪见分晓了。

20世纪，新闻业垄断和反垄断的斗争此起彼伏，然而垄断的趋势看来无法阻挡。新闻业集团从单纯的报纸或广电业集团，转为各种大众传播媒介的综合性产业集团；而在最后一个10年，成为大众传播业集团的母公司。例如在美国，90年代中期限制大众传播垄断的法律松动，大兼并迅速开始，独立的NBC、CBS、ABC和闻名不久的有线电视公司CNN已经消失。时代华纳公司兼并了CNN，从而成为美国也是世界上最大的媒介产业集团，该集团1996年的收入就达209亿美元。

迪斯尼公司兼并了美国广播公司(ABC),成为美国、也是世界上第二大媒介和娱乐业产业集团,1996年的收入达190亿美元。西欧国家的一些主要的电子媒介,已经成为更大的重工业、电子业、玩具业等等公司的产业的一部分。

欧洲大陆与英国,欧洲与北美,整个欧洲北美与世界其他地区的广播电视竞争,也日趋激烈。随着大众传媒业日益被更大的工业、服务业集团所控制,21世纪的大众传播业竞争,也许会在更大的规模上进行,而不限于具体的报刊或广电之间,也许会形成某一方面某一地区的全面垄断。除了经济学上的问题外,这对社会观念的多元化会产生何种影响,将是21世纪面临的新问题。

大众传播业的进一步集中,在经济学上意味着什么,是否会威胁社会观念的自由流通,将带来什么新的社会学方面的问题,人们在21世纪必须继续思考。

二、新媒介的威胁和大众文化的狂欢

如果把数百年发展的报刊业算作1小时,那么20世纪诞生的广播业,普及到世界多数国家不到1分钟,1920年出现第一家广播电台之后,二三年内,就普及到世界主要国家;从第一家广播电台到第一家电视台,只有16年;从二次大战后电视台的重建到出现卫星通讯,只用了12年。如今所有的大众媒介又面临着以交互传播为特征的因特网(第四媒体)传播的挑战。传播科技的发展速度令人吃惊,使得世界上流通的新闻,呈几何级数增长。60年代的施拉姆曾考虑到未来的“信息过载”问题,所料不及的是,这个本来只在个别发达国家出现的问题,转眼间就成为世界性的迫在眉睫的问题。

惨绝人寰的第二次世界大战,交战双方将电波战的宣传艺术发展到极致。战后随着“冷战”的结束和世界的多元化发展,它正在不知不觉地减少政治色彩,而多一分民族文化和商业宣传的色彩。

二次大战后重新开始发展的电视业,不断地更新各种传播技术,在有线传播、卫星传播、数字化技术的推动下,已经成为大众传播中唱主角的媒介;报纸和杂志虽然依旧具有发展的潜力,但总种数在减少,发行总量也在缓慢减少,由于电视提供了丰富的晚间生活节目,电视普及后,国外曾经在19世纪下半叶和20世纪上半叶走红的晚报,逐渐在报纸品种中消失。广播电台,由于接收装置越来越简便价廉,人们在某些

场合需要它，所以还有继续发展的空间。然而不论怎样，除了报刊被人们看作传统媒介外，发明只有几十年的广播、电视现在也成了"传统的大众媒介"，因为90年代兴起了以计算机互联网传播为特征的多媒体传播技术。虽然这种媒介在多数国家的普及率尚很低，但是其涵盖所有媒介的功能特征和未来可能会部分替代传统媒介的发展趋势，已是不争的事实。

20世纪伊始，英国的"三每"报（每日邮报、每日镜报、每日快报）称雄报界、称雄世界，开创了新世纪报业大众化的风貌；与此同时，美国的黄色新闻潮汹涌而来，接着又是20年代以图现为特色的"小报"热。不论人们怎样从道德角度批评它们，报纸的大众化，以媚俗、迎合读者为特征，为报业主们带来了滚滚财富，养育了新一代的年轻人。与此同时，少量报纸脱颖而出，成为相对应的"高级报纸"，适应了社会精英的需求。这种分化很快就"传染"到世界各主要国家。

杂志的发展也有类似的经历。1923年美国《时代》新闻周刊的诞生，标志着本世纪一种适应人们生活特点的高雅新闻期刊类型，不久便流行于世界各国，出现了所谓五大新闻周刊（《时代》、《新闻周刊》、《美国新闻与世界报道》、德国《镜报》、法国《快报》）。然而，自50年代《花花公子》流行美国和世界后，各种色情期刊风靡世界，长盛不衰，利益的驱动轻易地掀开了这个无底的欲望需求的领域。另一类休闲娱乐、轻松话题的期刊，在和平环境下也得到突飞猛进的发展，特别是以妇女为读者的杂志，办得成功的，都有几十万至几百万份的发行量。

70年代，以英国《太阳报》为代表的新一代大众报纸，恐怕会使世纪初批评黄色新闻的先生们眼晕。像《每日邮报》这样诞生于世纪初的大众报纸，面对更新一代年轻人，已经没有吸引力了；以视觉冲击为特征的新一代大众报纸开始风靡世界；90年代香港《苹果日报》与较"老"的《东方日报》的竞争，也是新老大众报纸交替的世界性潮流的一部分。就连《泰晤士报》这样的传统高级报纸，现在也在改变面貌，多彩的版面和相对活泼的文字，似乎要与当年的风格告别了。

许多媒介已经"上网"，在新载体下，这种"两极"的情形依旧，并且相对高雅的报刊向大众化靠拢，似乎是一种趋势。21世纪，印刷媒介，特别是报刊，在较长的一段时间内不大可能被因特网替代。报刊的大众化发展趋势是否会继续，人们在道德上对色情信息的批评，能否抗住原始欲望市场的需求带来的利益驱动，都将是十分严峻的问题。（陈

力丹）

三、传播理论滞后于传播业发展

1. 基础研究薄弱

基础研究包括两方面：其一，对西方传播思想的系统梳理和研究；其二，对中国传播思想或观念的系统梳理和研究。就“九五”期间的研究观之，这两方面的研究都不够充分和系统，使我们既不能知彼，也难以知己。因此，在相当程度上制约了研究的进一步发展和传播学科的建设。

在基础理论研究方面，禁区还太多。一是对外国传播业和传播理论研究顾虑还很多，原因是对西方传播理论的历史偏见一直很顽固地存在着，而中国传播理论又是先天的跛脚，没有很好的免疫力。但是，文化的同化和被同化、文化的异化和文化的移情是不可避免的。要使文化的民族特性得到保存，最好的办法是增强自身的免疫力，这样外来文化就能被我所用。从害怕西方文化的影响到禁绝西方文化，反映了一部分人的自信心不足，消化能力弱。二是对现在的新闻学与传播学理论缺乏检讨。传播事业发展很快，但理论是滞后的，过去有人连把电视、广播、报纸称作媒介都要批评，现在大约不会了。但问题并没有解决，例如，媒介的功能问题，在一段时间内似乎已被大部分人接受，但并没有解决问题。媒介的功能是多方面的，可以传播政府的声音，可以传播世界各地的信息，可以传播娱乐信息，这些功能是每天都在表现着，看得见的，应进一步研究。淡化传播的单一功能的概念，增强传播的多功能概念是传播学理论应关注和研究的问题。

2. 研究格局不理想

大众传播研究历来是我们的重点，但有关其他传播，诸如人际传播、组织传播等等，涉及者微乎其微。不仅如此，有关大众传播也仅仅限于报纸、广播、电视。此种不平衡的研究格局尽管屡遭批评，“九五”期间虽有很多的研究，可并无大改观。这不仅使大众传播以外的人类传播现象流落于研究者视野之外，同时也使得大众传播研究缺少其他传播关系的依托、比较，从而难以深入。同时，大众传播的伦理研究、儿童研究、发展研究、文化研究，都没有列为重要研究范畴。

3. 应用研究难上层次

“九五”期间的应用性研究，尤其是实证类研究有很大的进步，但是

在众多的研究成果中，大部分仅仅停留在人类学和社会学的最初的层次上，就是只有描述性研究，部分地回答了"什么"，没有回答"为什么"和"怎么"。"至于有影响的具有开创性的新发现几乎没有，基本上停留在方法操练或对策咨询的层次，此种研究虽非毫无是处，但对于提高传播学研究的水平，难有助益"。（童兵）

4. 对学科自身建设缺乏思考

新闻传播学成为一级学科固然可喜，然而，关于这一级学科，尤其是传播学科自身的发展、研究重点和规划，划清传播学科和其他学科的界线等等，却不见有深入思考。中国的传播学科从哪里来到哪里去，是一个必须要不断研究的课题，否则，研究就成为没有方向的乱碰乱撞。多年来我们似乎只有大众传播的研究怕也与此不无关系。

第二节 新千年的视点

一、理论研究和学科建设

1. 加强基础理论的研究

对于西方传播学，大部分中国学者过去较多地关注美国理论的引进，即较多地关注经验学派，包括理论的引进和学术交流，对欧洲批判学派的理论缺乏研究和探讨。经验学派是美国社会商业化的产物，它的社会文化基础是私有制。欧洲批判学派产生于20世纪60年代，比美国的经验学派晚20多年，但它根植于肥沃的文化土壤，特别是近300多年，欧洲产生了一大批思想启蒙家和文学家，影响批判学派的理性思维方法，对传播事业发展中的问题较能理性地对待，如媒介的市场化问题，大众文化问题。研究的入口也较美国大为不同，"更多地从整体上考察传媒，更多地采用历史的、文化的、哲学的、政治经济学的和社会学的研究方法，注重传播过程及其每个环节所起的作用。"（陈力丹）

2. 传播学中国化的研究

传播学中国化就是将国际传播理论同中国传统传播理论相结合，根据中国的传播业实际，梳理出符合中国实际、体现中国文化特色、站

在传播学发展前沿、有前瞻性的传播理论。

二、分支领域的研究

1. 传播与社会发展

传播与国家发展研究是西方国家六七十年代的研究主题，大众传媒与社会发展的关系，大众传媒与社会经济发展，大众传媒和政治民主化进程，大众传媒与城镇化建设，大众传媒与女性，大众传媒和科技的传播等等，是传播学研究的重要课题。我国目前正在进行社会主义市场经济建设，同时我国历来重视大众传媒在社会中的作用。因此，上述课题的研究更具有必要性和迫切性。

2. 中外传播制度研究

从历史的角度，对各个国家传播思想和观念，传播制度和体制的渊源演变、基本内容、产生背景、知识基础以及当前状况等等，作出系统的梳理和分析，并根据中国的实际，作出自己的评价，这对于我们的传播学研究，至少具有三方面的意义。

(1) 比较系统而不是断章取义地了解各种传播思想、各国的传播体制与结构发展的历史轨迹；

(2) 可以比较中西传播思想的各自特点和不同；

(3) 为我国传播学科的建设和发展，提供养料和基础。

3. 国际传播和跨文化传播研究

这不仅仅是原来所说的对外宣传、对外报道，它还包括国际传播与国际政治、不同文化的交流、全球信息的流通、信息传播和全球经济发展、信息全球化和"文化帝国主义"等等。这种研究是有两个方面的背景：

(1) 网络传播和信息的全球化是各国关注的对象和研究的主题；

(2) 中国即将进入世贸组织，由此所带来的经济和文化进一步开放。

4. 网络文化研究

网络传播的影响越来越大，因此，有关网络文化的研究也就迫在眉睫。其主要内容应包括：

(1) 网络传播伦理——法规、传播的道德及其自律；

(2) 网络传播中知识产权问题；

(3) 网络传播与青少年教育；

(4) 网络传播与流行文化；

（5）网络安全的研究；

（6）有障碍传播研究；

（7）网络媒介性质研究；

（8）网络传播的经营与管理。

5．我国报刊发展及趋势

我国近代报纸产生与180年前，今天的报纸与百年前、几十年前的报纸相比，而目全非；技术手段完全不同，内容大大拓宽，政治、娱乐、社会新闻是它的主要内容。由于电视和新媒介的出现，报纸面临空前的竞争压力。杂志是我们多年研究中所忽略的部分。在西方各国，杂志的影响已是有目共睹。我们国家杂志的种类和发行数量这些年都在不断增加，而且有日趋繁荣之势。因此，我国杂志未来的走向如何，杂志在新时期的作用，杂志和其他大众媒介的相互关系，杂志发展与社会经济发展的关系，杂志和社会时尚等等，都是十分需要研究的课题。

6．大众传媒与大众文化

大众文化批判理论，是批判学派的重要理论，也是批判学派的主要研究领域。这两年我国大众文化日趋流行，同时对社会的影响也越来越大。因此，大众传媒与大众文化的关系，大众文化的正负面影响，大众文化和传统文化、精英文化的关系，西方大众文化对我国的影响，我国大众文化的发展趋势等等，都是迫切要求回答的重要问题。

7．中外广告比较研究

我国广告业正慢慢走上正规，广告对促进社会主义市场经济发展有着极大的作用，因此，进行中外广告的比较研究，吸收发达国家成熟的广告管理、制作经验和策略等，对提高我国广告业的水平以及国际竞争力，在未来几年无疑有着重大的意义。

8．我国大众传媒职业伦理研究

对于媒介行业的职业伦理道德，历来是我们研究的薄弱环节。“九五”以来，虽然逐渐重视新闻的职业道德，但很不深入。况且从现在大众传媒的实际情况看，也绝非只是一个新闻道德的问题。比如，娱乐节目的格调，主持人的品位，暴力内容的控制，媒介从业人员的社会责任和自律，广告商、赞助商和娱乐节目的关系，大众传媒和受众的关系，大众传媒机构的设立和职责等等，都是当前迫切需要研究的问题。

9．大众传媒产业研究

大众媒介的经营管理研究（新闻事业经营管理），在“九五”期间有

了较大进步。然而，经营管理并不能取代整个媒介产业研究，相反，前者只是后者的一个组成部分。因此，正当西方媒介集团重组并对其他国家虎视眈眈，我国又正纷纷建立各种媒介集团且又即将加入世界贸易组织之际，抓紧进行媒介产业的研究，像媒介产业在整个社会经济中的地位，媒介产业的合理构成和运转，媒介集团和媒介产业，我国媒介产业集团的分布和格局，媒介产业和其他产业的关系，我国外来媒介集团对我国媒介产业的影响及其应对等，是我们的迫切任务。

10. 传播学科发展及趋势研究

这一课题拟包括我国传播学科的历史回顾，我国传播学科的发展规划，我国传播学科与国外传播学科发展的比较，我国传播学科所应具有的特色，我国传播学科和其他学科的界线，我国传播学科的研究重点，提高传播学研究水平的基本设想和措施等等。这一课题的重要不仅可以为我国传播学科的发展提供一张基本蓝图，而且也可以为我国传播学的专业设置，提供必要的参考。

11. 人际传播、组织传播研究

人际传播和组织传播是人类传播的重要组成部分。前者大量存在于人们日常生活和交往中，关系到人际关系的和谐、社会的稳定。后者则与企业的管理、效率，建立企业文化甚至创建名牌企业密切相关。这两项领域的研究，在国外早已是显学，而我国则是少有关注。因此，开展这两个领域的研究已是刻不容缓。

附　录

中国大陆传播学专著、译著要目

1981 年

《多种声音　一个世界》　联合国教科文组织编写　　中国对外翻译出版公司　1981 年

1983 年

《传播媒介的垄断》　〔美〕巴格迪坎著　林珊等译　新华出版社 1983 年 3 月

《传播学(简介)》(论文集)　中国社会科学新闻研究所世界新闻研究室编　人民日报出版社　1983 年 9 月

1984 年

《传播学概论》　〔美〕施拉姆、波特著　陈亮等译　新华出版社 1984 年 9 月

1985 年

《传媒·信息与人:传学概论》　〔美〕宣伟伯著　余也鲁译述　中国展望出版社　1985 年 2 月

《传播学的起源、研究与应用》　〔美〕赛弗林、坦卡德著　陈韵昭译　福建人民出版社　1985 年 9 月

《信息学概论》　〔苏〕谢尔茨基著　刘克译　江苏科学技术出版社 1985 年

1986 年

《信息·沟通·传播》　居延安著　上海人民出版社　1986 年 3 月

1988 年

《传播学原理与应用》　戴光元、邵培仁、龚炜著　兰州大学出版社

1988年6月

《社会沟通论》　钟坚等著　浙江教育出版社　1988年10月

《电视的影响与儿童电视病》〔美〕穆迪著　卜卫等译　中国广播电视出版社　1988年

《无形的网络:从传播学角度看中国传统文化》　吴予敏著　国际文化出版社　1988年

《跨文化传通》〔美〕萨姆瓦著　陈南等译　三联书店　1988年

1989年

《大众传播模式论》〔英〕麦奎尔　〔瑞典〕温德尔著　祝建华、武伟译　上海译文出版社　1989年2月

《大众传播通论》〔美〕德弗勒　〔英〕丹尼斯著　王怡红等译　华夏出版社　1989年2月

《人际沟通论》〔美〕库什曼、卡恩著　宋晓亮译　上海知识出版社　1989年3月

《公共传播学》　宋林飞、周世康编著　南京大学出版社　1989年3月

《中国传播效果透视》　陈崇山、弭秀玲主编　沈阳出版社　1989年3月

《权力的媒介——新闻媒介在人类事务中的作用》〔美〕阿特休尔著　黄煜、裘志康译　华夏出版社　1989年7月

《传播与现代化》　朱增朴著　中国新闻出版社　1989年8月

《大众传播社会学》〔日〕竹内郁郎编　张国良译　复旦大学出版社　1989年11月

《媒介社会学》〔英〕巴特勒著　赵伯英、孟春译　社会科学文献出版社　1989年

1990年

《传播学:以人为主体的图像世界之谜》　沙莲香主编　中国人民大学出版社　1990年2月

《人类交流与传播》　周晓明著　上海文艺出版社　1990年3月

《实用电视传播学》　吴信训著　四川人民出版社　1990年4月

《传播手段基础》　卢仁声编　四川人民出版社　1990年6月

《大众传播媒介与社会发展》〔美〕施拉姆著　金燕宁等译　华夏

出版社 1990年7月

《大众传播学》 钟文、余阳明著 湖南文艺出版社 1990年8月

《传播学原理》 范东生、张雅宾著 北京出版社 1990年8月

《大众传播学诸论》 〔美〕德弗勒、鲍尔-洛基奇著 杜力平译 新华出版社 1990年9月

《组织传播学》 林瑞基著 湖南文艺出版社 1990年10月

《经济传播学》 邵培仁主编 江苏人民出版社 1990年11月

《传播心理学》 韩向前著 南京出版社 1990年

《应用传播学》 苑子熙著 北京广播学院出版社 1990年

1991年

《媒介通论:人的延伸》 〔加〕麦克卢汉著 何道宽译 四川人民出版社 1992年1月

《广告传播学》 刘志明、倪宁编著 中国人民大学出版社 1991年2月

《美国大众传播学教育概况》 李晨辉等编译 武汉测绘科技大学出版社 1991年2月

《对外文化传播学引论》 王志章编著 武汉测绘科技大学出版社 1991年4月

《人际传播:社会交换论》 〔美〕罗洛夫著 王江龙译 上海译文出版社 1991年5月

《文化的传播》 史密斯等著 周骏章译 上海文艺出版社 1991年5月

《传播媒介与美国人的思想》 〔美〕切特罗姆著 黄静生、黄艾禾译 中国广播电视出版社 1991年6月

《传播学概论》 崔永泉编著 吉林大学出版社 1991年7月

《大众传播研究(论文集)》 卢子贵等主编 四川大学出版社 1991年7月

《人际传播学》 熊源伟、余明阳编著 中山大学出版社 1991年9月

《大众媒介通论》 欧阳康著 中山大学出版社 1991年10月

《政治传播学》 邵培仁主编 江苏人民出版社 1991年12月

《非语言交流》 〔美〕巴克著 孟小平译 北京语言学院出版社 1991年

1992 年

《跨文化理解》〔美〕罗滨逊著　马啸、王斌等译　华夏出版社　1992 年 1 月

《世界交流报告(上下册)》　联合国教科文组织编　新华社新闻所译　中国华侨出版社　1992 年 2 月

《人际传播新论》〔美〕泰勒著　朱进东等译　南京大学出版社　1992 年 3 月

《舆论传播学》　张学洪主编　南京大学出版社　1992 年 7 月

《艺术传播学》　邵培仁主编　南京大学出版社　1992 年 7 月

《撞击下的浮躁与选择——当代中国西北人的文化价值观》　戴元光主编　兰州大学出版社　1992 年 7 月

《现代宣传学概论》　戴元光主编　兰州大学出版社　1992 年 7 月

《教育传播学》　邵培仁主编　南京大学出版社　1992 年 8 月

《大众传播学》　张咏华编著　上海外语教学出版社　1992 年 8 月

《教育传播学》　高蕴奇主编　上海教育出版社　1992 年 9 月

1993 年

《文化传播论(论文集)》　朱增朴著　中国广播电视出版社　1993 年 6 月

《声像传播学(论文集)》　朱增朴著　中国广播电视出版社　1993 年 6 月

《大众传播与中国乡村发展》　裘正义著　群言出版社　1993 年 7 月

《文化与传播(论文集)》　深圳大学中国文化与传播系主编　上海文化出版社　1993 年 7 月

《大众传播学总论》　张隆栋主编　中国人民大学出版社　1993 年 7 月

《公共关系传播导论》　罗式胜、余诗刚主编　武汉测绘科技出版社　1993 年 7 月

《精神交往论:马克思恩格斯的传播论》　陈力丹著　开明出版社　1993 年 8 月

《传播学引论》　李彬著　新华出版社　1993 年 10 月

《大众传播学》 徐耀魁著 辽宁教育出版社 1993年12月

《传播理论与技巧》 刘伏海、吴家庆编著 湖南师范大学出版社 1993年12月

《社会传播学》 宋林飞著 上海人民出版社 1993年12月

《传播学概论》 邱伟光主编 上海交通大学出版社 1993年

1994年

《公共传播》 程曼丽著 中国国际广播出版社 1994年1月

《主体与喉舌:共和国新闻传播》 童兵著 河南人民出版社 1994年2月

《中国新闻传播学说史》 徐培汀、裘正义著 重庆出版社 1994年3月

《传播社会学》 邵培仁、陈建洲主编 南京大学出版社 1994年4月

《进入地球村:中国儿童与大众传播》 卜卫著 四川少年儿童出版社 1994年7月

《从零开始:首届海峡两岸中国传统文化的探索座谈会论文集》 余也鲁 郑学檬主编 厦门大学出版社 1994年7月

《世界大众传播新潮》 吴信训著 四川人民出版社 1994年10月

《信息崇拜》 〔美〕罗斯扎克著 苗华健等译 中国对外翻译出版社 1994年

《世界交流报告》 联合国教科文组织编写 中国华侨出版社 1994年

1995年

《传播学导论》 董天策著 四川大学出版社 1995年10月

《跨文化交流学》 关世杰著 北京大学出版社 1995年10月

《传播学原理》 张国良主编 复旦大学出版社 1995年12月

《传播与公关》 孙顺华著 青岛出版社 1995年

1996年

《传播学教程》 陈道德主编 武汉测绘科技大学出版社 1996年3月

《基础传播学》 段京肃、罗锐著 兰州大学出版社 1996年4月

《传播学笔记(论文集)》 戴元光著 甘肃文化出版社 1996年6月

《科技传播研究(论文集)》 孙宝寅主编 清华大学出版社 1996年

《传播·社会·发展:全国第四次传播学研讨会论文集》 中国社会科学院新闻研究所等 成都科技大学出版社 1996年

1997年

《传播学导论》 邵培仁著 浙江大学出版社 1997年1月

《北美传播研究(论文集)》 郭镇之著 北京广播学院出版社 1997年4月

《传播论稿(论文集)》 郭镇之著 北京广播学院出版社 1997年1月

《传媒经济》 周鸿铎等著 北京广播学院出版社 1997年4月

《现代传播艺术》 胡志毅著 浙江大学出版社 1997年7月

《华夏传播论》 孙旭培主编 人民出版社 1997年10月

《传播心理学》 黄鸣奋著 厦门大学出版社 1997年

《媒介经营与产业化研究》 黄升民等主编 北京广播学院出版社 1997年

1998年

《大众传播社会学》 张咏华著 上海外语教育出版社 1998年1月

《传播学简明教程》 毛微昭著 浙江教育出版社 1998年5月

《传播:文化与理解》 王政挺著 人民出版社 1998年6月

《美国传媒与大众文化》 蔡骐、蔡雯著 新华出版社 1998年7月

《心有灵犀:儒学传播谋略与现代沟通》 张伟著 西南财经大学出版社 1998年8月

《传播科技纵横》 闵大洪著 警察教育出版社 1998年12月

《媒介经营管理学》 邵培仁、刘强著 浙江大学出版社 1998年12月

《现代大众传播学》 张国良 四川人民出版社 1998年

《数字化生存》 〔美〕尼葛洛庞帝著 胡泳等译 海南出版社

1998年

《电视跨国传播与民族文化》 钟大年等著 北京广播学院出版社 1998年

《传播学总论》 胡正荣著 北京广播学院出版社 1998年

1999年

《信息高速公路与大众传播》 明安香主编 华夏出版社 1999年2月

《受众心理与传媒引导》 郑兴东著 新华出版社 1999年4月

《知识经济与大众传媒》 邵培仁、江潸著 浙江大学出版社 1999年9月

《传播的表象》 陈卫星著 广东人民出版社 1999年9月

《信息社会的理论与模式(面向21世纪课程教材)》 崔保国著 高等教育出版社 1999年9月

《媒体的做点》 周亦龙著 企业管理出版社 1999年9月

《传播学教程》 郭庆光著 中国人民大学出版社 1999年11月

《传播理论》〔美〕小约翰著 陈德明、叶辉译 中国社会科学出版社 1999年12月

《报业经济与报业经营》 唐绪军著 新华出版社 1999年

《文化帝国主义》〔英〕汤林森著 冯建三译 上海人民出版社 1999年

2000年

《跨文化传播》 刘双、于文秀著 黑龙江人民出版社 2000年1月

《组织传播》 教军章、刘双著 黑龙江人民出版社 2000年1月

《技术传播》 金兼斌著 黑龙江人民出版社 2000年1月

《传播理论:起源、方法与应用》〔美〕赛佛林、坦卡德著 郭镇之等译 华夏出版社 2000年1月

《无冕之王与金钱:美国媒体与美国社会》 俞燕敏、鄢利群著 国社会科学出版社 2000年1月

《大汇流:整合媒介、咨讯与传播》〔美〕鲍德·温等著 华夏出版社 2000年1月

《组织传播》〔美〕凯瑟林·米勒著 袁军等译 华夏出版社

2000 年 1 月

《传播学通论》　戴元光、金冠军主编　上海交通大学出版社　2000 年

《大众传播学的定量研究方法》　戴元光、苗正民著　上海交通大学出版社　2000 年

《传播道德论》　戴元光著　上海大学出版社　2000 年

《媒介形态变化：认识新媒介》〔美〕菲德勒著　明安香译　华夏出版社　2000 年 1 月

《传播学》邵培仁著　高等教育出版社　2000 年

主要参考文献

《先秦诸子宣传思想论稿》 郭志坤著 福建人民出版社 1985年

《现代宣传学概论》 戴元光主编 兰州大学出版社 1992年

《中国新闻事业通史》 方汉奇主编 中国人民大学出版社 1992年

《传播道德论》 戴元光著 上海大学出版社 2000年

《多种声音,一个世界》 中国对外翻译出版公司 1981年

《传播学(简介)》 人民日报出版社 1983年

《新闻大学》 复旦大学新闻学院编

《新闻学刊》 中国社科院新闻研究所编

《现代传播》 北京广播学院编

《新闻与传播研究》 中国社科院新闻与传播研究所编

《传播学概论》〔美〕韦尔伯·施拉姆 新华出版社 1984年

《传播学原理与应用》 戴元光 邵培仁 龚炜著 兰州大学出版社 1988年

《传播学:以人为主体的图像之谜》 沙莲香主编 中国人民大学出版社 1990年

《传播学引论》 李彬著 新华出版社 1993年

《大众传播学总论》 张隆栋主编 中国人民大学出版社 1993年

《精神交往论》 陈力丹著 开明出版社 1993年

《中国新闻传播学说史》 徐培汀 裘正义著 重庆出版社 1998年

《传播学》 邵培仁著 高教出版社 2000年

《传播学教程》 郭庆光著 中国人民大学出版社 1999 年

《媒介经营管理学》 邵培仁 江潜著 浙江大学出版社 1999 年

《中国传播效果透视》 陈崇山 弭秀玲主编 1989 年

《网络媒体》 许榕生主编 五洲传播出版社 2000 年

《信息高速公路与大众传播》 明安香著 华夏出版社 1999 年

《中国新闻事业发展史》 黄瑚著 复旦大学出版社 2001 年

《传播学原理》 张国良著 复旦大学出版社 1995 年

《传播学总论》 胡正荣著 北京广播学院出版社 1998 年

《现代大众传播学》 张国良著 四川人民出版社 1998 年

《基础舆论学》 刘建明著 中国人民大学出版社 1988 年

《国际新闻界》 中国人民大学新闻学院编

《Groping for ethics in journalism》(U. S. A) by H. Eugene Goodwin 1987 Iowa State University Press, Ames, Iowa 50010

《老子》、《论语》、《孟子》、《荀子》、《墨子》、《庄子》、《左传》、《诗经》、《史记》